



**TCC I – Trabalho de Conclusão De Curso I**  
Departamento de Ciências da Comunicação – CESNORS/UFSM  
Curso de Comunicação Social – Jornalismo  
27 de junho a 08 de julho de 2011

## **(Des)Igualdade de gênero a frente da bancada no Jornal Hoje: um estudo de caso crítico discursivo**

**MAÍRA FRANCISCHETE E SILVA**

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social –  
Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I, sob  
orientação do Prof. Fabio Silva e avaliação dos seguintes docentes:

---

Prof. Fabio Silva  
Universidade Federal de Santa Maria  
Orientador

---

Prof. Elias José Mengarda  
Universidade Federal de Santa Maria

---

Prof. Karen Cristina Kraemer Abreu  
Universidade Federal de Santa Maria

---

Prof. Andréa Weber  
Universidade Federal de Santa Maria  
(Suplente)

Frederico Westphalen, 08 de julho de 2011

## **(Des)Igualdade de gênero a frente da bancada do Jornal Hoje: um estudo de caso crítico discursivo**

### **RESUMO**

No presente artigo busco investigar em que medida a presença de uma mulher na ancoragem pode influenciar na construção das notícias do telejornal Jornal Hoje. Tomo como base teórica os pressupostos da Análise Crítica do Discurso (ACD). Como ferramentas metodológicas adoto o Modelo Tridimensional de Fairclough (2001) e a Rede de Representação dos Atores Sociais de Theo van Leeuwen (1997). A partir deste referencial desenvolvo uma análise observando cinco edições do programa, que permitiu reconhecer a presença feminina na bancada daquele como colaboradora no endereçamento das pautas a um público específico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ancoragem; Análise Crítica do Discurso, Gênero Social, Jornal Hoje.

### **1. INTRODUÇÃO**

Dentre os vários componentes da produção de um telejornal, a apresentação é umas das fundamentais e que fica em maior evidência para o público. “Âncora” é o termo utilizado para designar o apresentador do telejornal. Desde a década de 1950, quando o termo surgiu, os âncoras têm como função não somente transmitir notícias, mas também comunicar ao público credibilidade, firmeza e segurança. Barbeiro e Lima (2002, p. 79), dizem que “o âncora deve transmitir a sensação de uma pessoa calma, relaxada, confiante e segura”. Até os dias atuais, portanto, os jornalistas que ocupam a bancada têm desenvolvido diferentes técnicas de transmissão da notícia, com o objetivo de facilitar a compreensão do público e de transmitir-lhes credibilidade.

Vários telejornais fizeram história na televisão brasileira e seus âncoras se tornaram extremamente conhecidos pelo público. O Jornal Nacional da rede Globo é um deles e marcou sua estreia em 1965, com a dupla Hilton Gomes e Cid Moreira. Na TV Cultura, Carlos Nascimento comandava o Jornal da Cultura (SILVA, 2009). No Brasil, o modelo de ancoragem atualmente conhecido marcou sua estreia com Boris Casoy, em 1988, que apresentava o Telejornal Brasil. Entre as mulheres estiveram Marília Gabriela, Lilian Witte Fibe e Leda Nagle.

A Rede Globo de Televisão, fundada em 1965, é responsável por grande parte dos telejornais mais assistidos entre a população brasileira (MATTOS, 1990). Dentre eles, encontra-se o Jornal Hoje (doravante simplesmente JH), objeto de estudo deste trabalho, que inicia sua veiculação em 1971, com dois âncoras homens. Somente em 1991 modificou-se esse padrão, trazendo duas mulheres para a sua bancada. A

formação atual da bancada é composta por um homem e por uma mulher, Evaristo Costa e Sandra Annenberg (G1, 2010). Segundo uma pesquisa feita pelo Ibope<sup>1</sup> em agosto de 2010, o JH estava entre os telejornais mais assistidos pelos brasileiros, sendo assim de extrema relevância entender as configurações que pautam esse telejornal.

De acordo com a própria página do JH na internet<sup>2</sup>, este é um telejornal vespertino e uma de suas principais características é ser um telejornal-revista, que busca transmitir informação de forma criativa, mas sem perder a seriedade. A interação entre os âncoras na bancada é bem mais marcante do que nos demais telejornais da emissora. Apesar de também abordar economia e política, grande parte dos temas gira em torno do comportamento humano e social, saúde e entrevistas especiais. São, logo, temas mais amenos, que permitem maior interação e comunicação entre os âncoras, e visam aproximação com os telespectadores.

Considerando a importância desse telejornal junto ao público consumidor e diante dessas características de produção, o objetivo deste trabalho é descobrir em que medida a presença de uma mulher na bancada pode influenciar na construção das notícias do JH e nas configurações que conduzem o telejornal.

Percebo, apesar da entrada das mulheres no telejornalismo, certa dominação masculina. Por mais que ocupem a bancada, na maioria das vezes elas não opinam, ficando a cargo do homem os espaços mais opinativos e editoriais. Quando se fala, todavia, de assuntos mais ligados ao âmbito doméstico, por exemplo, como culinária, viagens e filhos, quem entra em cena é a mulher. Por isso, a pesquisa desenvolvida neste TCC está filiada à linha de “Representação de identidades corporais e gênero social contemporâneos pelos discursos da mídia”, do Núcleo de Estudos em Gênero, Discurso e Comunicação – GDCom. Este é um grupo de pesquisa certificado pela Universidade Federal de Santa Maria e que integra o Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq.

Através da observação de 5 edições do programa, pretendo descobrir como a imagem da mulher na bancada pode influenciar na construção das notícias do telejornal. Procuo entender se o papel da mulher influencia na transmissão das notícias e como

---

<sup>1</sup> Dados obtidos a partir de pesquisa feita pelo Ibope, em Agosto de 2010, sobre os índices de audiência dos telejornais brasileiros.

<sup>2</sup> Informações obtidas pela página do Jornal Hoje na Internet. Dados disponíveis em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>>

isso acontece, e se existe relação de igualdade entre os apresentadores na apresentação e hierarquia das notícias.

Depois da realização das propostas acima citadas, é possível que este trabalho sirva como base para entender a situação atual das mulheres do telejornalismo e, quiçá, gerar uma mudança na mesma. Também é crível que a partir dos resultados que venham a ser obtidos, o público consumidor possa ter uma noção mais específica das configurações que pautam o produto em questão.

Para tanto, começo meu artigo abordando a análise crítica do discurso, onde explico seus pressupostos teóricos. Na sequência faço uma abordagem sobre o perfil do telejornalismo brasileiro e o trabalho de ancoragem. Logo depois, abro uma seção para explanar sobre a metodologia utilizada durante a realização da pesquisa. E após, exponho os resultados obtidos com a análise. Finalizando com algumas considerações sobre os resultados da análise.

## **2. A ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO**

Nesta seção tratarei sobre a análise crítica do discurso, abordagem que orienta minha pesquisa. Dentre os assuntos específicos dos quais tratarei, estão as relações de gêneros e o poder manifesto, que compõem, cada qual, uma subseção.

A análise crítica do discurso, ou ACD, ainda é um campo teórico considerado relativamente novo. Os primeiros estudos foram concebidos há cerca de 40 anos. Segundo Pedrosa (S/D, p.01), “a partir da década de setenta, desenvolveu-se uma forma de análise do discurso e do texto que identificava o papel da linguagem na estruturação das relações de poder na sociedade”.

A ACD posta como rede de estudos, entretanto, emergiu somente no início dos anos 90, em simpósio na cidade de Amsterdã. É deste momento em diante que o nome passou a ser usado consistentemente (WODAK, 2004). A partir dessa data, a ACD tornou-se um campo teórico sólido, que, segundo Rezende e Ramalho (2004, p.01)

[...] constitui modelo teórico-metodológico aberto ao tratamento de diversas práticas na vida social. Situada na interface entre a Linguística e a Ciência Social Crítica, a ADC procura estabelecer um quadro analítico capaz de mapear a conexão entre relações de poder e recursos linguísticos selecionados por pessoas ou grupos sociais.

Como explica Pedrosa (S/D) a ACD propõe-se a estudar “[...] a linguagem como prática social e, para tal, considera o papel crucial do contexto”. Considerar o contexto da linguagem em um programa midiático como o Jornal Hoje torna-se fundamental ao passo que, se compreende a importância e a influência que a mídia exerce no meio social.

É possível entender a ACD como um campo teórico que se interessa por temas como discriminação, dominação, poder e controle. Aliado a isto, a ACD tem grande interesse pelo estudo da mídia, colocando assim esta teoria inteiramente relacionada com a proposição deste trabalho. Além disso, o estudo da linguagem como prática social, viabiliza uma forma relevante de se estudar em um produto midiático, uma vez que, segundo Fairclough (apud HEBERLE, 2004, p.89)

Por “prática social” entendo uma forma relativamente estabilizada de uma atividade social (exemplos seriam ensino na sala de aula, notícia de TV refeição em família, consultas médicas). Cada prática é uma articulação de diversos elementos sociais numa configuração relativamente estável, sempre incluindo o discurso.

O contexto do uso da linguagem é extremamente relevante para os teóricos da ACD, por isso, para desempenhar análises discursivas dentro desta abordagem, van Dijk (2010, p.119-120) diz que

O contexto é constituído por categorias, tais como a definição global da situação, o cenário (tempo, espaço), as ações em curso (incluindo os discursos e os gêneros discursivos), os participantes em vários papéis comunicativos, sociais ou institucionais, assim como suas representações mentais; metas, conhecimento, opiniões, atitudes e ideologias.

Assim como Pedrosa (S/D) acredita no “papel crucial do contexto”, para a realização de um estudo tendo como objeto um programa midiático jornalístico como o Jornal Hoje, torna-se imprescindível considerar este contexto, ao passo que este é fundamental para a percepção do discurso proposto pelo objeto analisado neste trabalho. Assim, parece plausível afirmar que a abordagem proposta pela ACD torna-se um campo teórico ideal para o desenvolvimento deste trabalho, já que, segundo Wodak esta forma de investigação visa

Revelar a natureza discursiva de muitas mudanças sociais e culturais contemporâneas. Em particular, a linguagem da mídia de massa é detalhadamente analisada como um espaço de poder, de lutas, e também como um espaço onde a linguagem é aparentemente transparente (WODAK, 2004, p. 230-231).

Levando em consideração o fato de que busco perceber as diferenças entre o masculino e o feminino dentro de um produto midiático e estabelecer como estas relações acontecem, torna-se imprescindível falar sobre as relações de gêneros e as relações de poder. A seguir, portanto, tratarei destes dois pressupostos teóricos segundo a abordagem da ACD.

## 2.1 AS RELAÇÕES DE GÊNEROS

O conceito de gênero foi cunhado pelos estudos feministas no final da década de 1960, e pretendia entender e responder questões como a situação de desigualdade entre os sexos e como estas diferenças interferiam nas relações sociais (CARLOTO, 2001). Anterior a isso, a Antropologia e a Psicanálise já haviam trabalhado no mesmo conceito, colocando o feminino e o masculino como argumentos para a existência de papéis sociais distintos (BENEDICTO, 2006).

Por muitos anos, as diferenças biológicas entre homens e mulheres, serviram de razão para explicar os diferentes papéis desempenhados pelos mesmos. Louro (2010, p.21) explica que “seja no âmbito do senso comum, seja revestido por uma linguagem ‘científica’, a distinção biológica serve para compreender – e justificar – a desigualdade social”. Inserido na perspectiva da mídia televisiva, essas dicotomias entre o masculino e o feminino também se fazem presente. Lopes (2006, p.02) diz que “para além de separarem espaço público da esfera privada, as entrevistas/debates e os talk shows operaram uma divisão de gêneros. Assim, os homens apareciam habilitados para discutir ideias e as mulheres para falar de emoções”. Isso demonstra que o gênero tratado como diferença sexual veem permeando também a divisão do trabalho dentro de muitos espaços sociais, como a televisão.

O conceito de gênero, dentro da abordagem da ACD tem uma perspectiva diferente. Ele não se refere especificamente ao pensamento masculino e feminino, como tal adotado biologicamente, ou seja, este termo extrapola a noção de dois sexos. Assim, como afirma Funck (2008, p.183-184), o conceito de gênero

[...] é decorrente da necessidade de se pensar o feminino e o masculino para além da noção binária de sexo ou diferença sexual, uma vez que tais conceitos se encontram atrelados a idéias científicistas e, conseqüentemente, deterministas de natureza biológica.

Os gêneros só são percebidos dentro das relações sociais, ou seja, no contraste entre o masculino e o feminino é que se dá a construção das identidades de gênero. Inserida nestas relações sociais há representação, isto é, a forma como cada identidade de gênero é construída e trazida para a sociedade. Louro (2010, p.22) corrobora esta afirmação quando diz que o conceito de gênero “[...] pretende se referir ao modo como as características sexuais são representadas ou, então, como são trazidas para a prática social e tornadas parte do processo histórico”.

O estudo de gênero só pode ser feito, se levado em consideração o momento histórico, cultural e a condição social dos indivíduos. Pois, assim como os gêneros existem em todos os lugares e culturas, as identidades e formas de representação deste termo podem e foram modificadas ao longo dos anos. Sendo assim, para entender o papel social dos indivíduos, não deve se considerar somente o sexo, mas segundo Louro (2010, p.21) “para que se compreenda o lugar e as relações de homens e mulheres numa sociedade importa observar não exatamente seus sexos, mas sim tudo o que socialmente se construiu sobre os sexos”.

No meio das relações sociais, nas quais os gêneros se constituem, é possível observar que há relações de poder. Afinal, como afirma Louro (2010, p.39-40), “[...] homens e mulheres, através das mais diferentes práticas sociais, constituem relações em que há, constantemente, negociações, avanços, recuos, consentimentos, revoltas, alianças”. Ao longo dos anos e em nosso momento atual o espaço ocupado pelas mulheres tornou-se cada dia mais significativo, fazendo com que estas relações de poder façam-se cada dia mais presentes. A partir deste contexto, na próxima subseção trato das relações de poder, em especial aquelas referentes a esta oposição binária entre masculino e feminino.

## **2.2 O PODER MANIFESTO**

Existem muitas formas de se pensar o poder na cultura popular contemporânea. Para a ACD, o conceito de poder torna-se indispensável quando se pretende fazer um estudo crítico, assim como as relações que este poder estabelece. Van Dijk (2010, p.17) entende o poder social como uma forma “[...] de controle de um grupo sobre outros grupos e seus membros”. Louro (2010, p. 39) aborda a importância de estarmos atentos às formas de exercício de poder, de maneira que “torna-se central pensar no exercício de poder, exercício que se constitui por ‘manobras’, ‘técnicas’, ‘disposições’, as quais são,

por sua vez, resistidas e contestadas, respondidas, absorvidas, aceitas ou transformadas”.

As relações de poder não são pensadas de forma isolada. Quando falamos em poder, também falamos em dicotomia, dominação e hierarquia. O exercício do poder se faz presente diariamente na vida das pessoas. Na maioria das vezes, estas relações de poder não são percebidas e conseqüentemente não podem ser combatidas. Nesta perspectiva é que Van Dijk (2010, p.18), afirma que

[...] pessoas não são livres para falar ou escrever quando, onde, para quem, sobre o que ou como elas querem, mas são parcial ou totalmente controladas pelos outros poderosos, tais como o Estado, a polícia, a mídia ou uma empresa interessada na supressão da liberdade da escrita e da fala.

É inegável que a mídia é uma das instituições que exerce poder sobre a sociedade. A partir dos discursos por ela organizados, as pessoas podem construir suas opiniões sobre vida, trabalho, comportamento, obrigações e também, reconhecem sua identidade. Nesse sentido, é possível dizer que o poder é uma forma de controle que “se aplica não só ao discurso como prática social, mas também as mentes daqueles que estão sendo controlados, isto é, aos seus conhecimentos, opiniões, atitudes, ideologias, como também às outras representações pessoais e sociais” (VAN DIJK, 2010, p.18).

As relações de hierarquia, dentro da perspectiva do poder manifesto, estão relacionadas aos estudos de gênero social, constituindo um dos focos principais nas pesquisas em ACD, como é o caso desta pesquisa. Dentro dessa perspectiva é preciso considerar a linguagem e seu uso dentro das práticas sociais. Habermas (apud Wodak, 2004, p.225) constata que “a linguagem também é um meio de dominação e força social. Ela serve para legitimar relações de poder organizado”. Isto, diz respeito ao fato de que, a linguagem por si só não exerce poder. O poder irá se manifestar quando a linguagem for utilizada por um grupo ou instituição de poder. Quando as práticas de exercício de poder são operadas em demasia, podem caracterizar-se como “[...] formas de abuso de poder de *dominação*, uma noção que implica a dimensão negativa de ‘abuso’ e também a dimensão de injustiça e de desigualdade, isto é, todas as formas *ilegítimas* de ação e situações”(VAN DIJK, 2010, p.28, grifos do autor).

Estas formas de abuso de poder podem manifestar-se em espaços sociais variados, (dentro eles cito o espaço midiático) e podem relacionar-se com diversos elementos. Assim como cita van Dijk (2010, p.118) “o poder dos grupos dominantes

pode estar integrado a leis, regras, normas, hábitos e mesmo ao consenso geral, [...]”. Em minha pesquisa busco identificar a existência destas relações de poder, hierarquia e dominação dentro do produto midiático escolhido, o Jornal Hoje.

Para entender melhor o contexto em que esta pesquisa se realiza na próxima seção levantarei algumas informações sobre telejornalismo, que incluem a ancoragem e a sua manifestação no Jornal Hoje.

### **3. O CONTEXTO DO TELEJORNALISMO: UM ESPAÇO DE REPRODUÇÃO**

Nesta seção discuto sobre as questões relacionadas ao telejornalismo. Brevemente, comento o surgimento desta modalidade no Brasil e sua trajetória pela história até os dias atuais, citando suas principais características. Depois subdivido esta em seção para tratar da ancoragem e do Jornal Hoje.

Os telejornais são não somente fontes de informação para os telespectadores, mas em sua maioria interpretam e, por vezes, opinam sobre acontecimentos mundiais. No Brasil, o telejornalismo marca sua estreia com a inauguração da TV Tupi, de Assis Chateaubriand, em 1950. Assim como a tecnologia televisiva tinha origem estadunidense, o formato adotado para os telejornais brasileiros também era uma cópia do norte-americano.

Em princípio, o modelo de televisão brasileiro foi o americano. Nisso, como em tantas outras coisas, começamos imitando os americanos, nossa influência mais forte. Os nossos primeiros produtores foram aos Estados Unidos, fizeram cursos na CBS, na NBC, para aprender as técnicas e os procedimentos fundamentais e os utilizaram para implantar a televisão no Brasil (DANIEL FILHO, 2001, p. 14).

Pela falta de técnica e por não existir um formato brasileiro definido, os primeiros telejornais eram uma “cola” dos radiojornais, com o diferencial de possuírem imagens. Não havia uma equipe responsável pela produção das notícias. Então, os apresentadores apenas liam as notícias retiradas dos jornais impressos, ou seja, o chamado “gilette-press” (REZENDE, 2000. p.106).

O primeiro telejornal a ir ao ar em rede brasileira foi o *Imagens do Dia*, da TV Tupi, e durou pouco mais de dois anos. Como não havia possibilidade de realizar coberturas externas, por falta de técnica, as notícias eram transmitidas majoritariamente dentro do estúdio (REZENDE, 2000).

Nas décadas de 50, 60 e 70, muitos telejornais respeitáveis surgiram, como o *Jornal de Vanguarda*, que obteve reconhecimento até no exterior; o *Jornal Nacional*, que continua sendo o mais visto no país; e também o *Jornal Hoje*, que se consagrou como o único telejornal vespertino em sinal aberto da Rede Globo.

Com tanta concorrência surgindo ao longo dos anos, os profissionais de jornalismo entenderam que precisariam aprimorar suas técnicas, para conquistar e manter a audiência. Desde então, muito se evoluiu em formato, linguagem e apresentação. Os apresentadores dos telejornais deixaram de ser apenas locutores de notícias e passaram a ser quase que estrelas da televisão brasileira (SILVA, 2009).

Os formatos de telejornais atualmente no Brasil são diversos. A maioria deles se utiliza de procedimentos mais formais em sua linha editorial. Alguns, porém, permitem certa informalidade, mas sem perder a seriedade inerente a este gênero televisivo. Outros ainda buscam um equilíbrio entre os dois estilos, como é o caso do *Jornal Hoje*, objeto de estudo deste trabalho.

Assim como os telejornais têm sua importância na sociedade, quem os apresenta também têm seu papel social. Por isso, no próximo item abordarei o tema da ancoragem, que constitui um dos focos de investigação deste trabalho.

### **3.1 JORNALISTA À FRENTE DA BANCADA: A PERSPECTIVA DA ANCORAGEM**

Os âncoras são responsáveis não só pela transmissão das notícias, mas também dão o tom dos telejornais. Aqui cito âncora como o apresentador de um telejornal, que tem envolvimento com a notícia, e não somente a lê. Eles são a “cara” e a identidade do programa, pois fazem a ponte entre as notícias e os telespectadores. Ocupam também um importante papel social, pois se tornam referência de credibilidade. No Brasil este papel começou a tomar forma com o apresentador Boris Casoy (SILVA, 2002). Curado (2002, p.54) corrobora essa visão, pois acredita que “o âncora funciona como o nome que tem: nele se apóia a identidade editorial do programa e também a identidade visual”.

O âncora normalmente acumula mais de uma função. Ao mesmo tempo em que apresenta o telejornal, pode possuir também outras funções, como editor-chefe, editor-executivo ou chefe de redação. Curado (2002, p.55) afirma que: “as qualidades exigidas de um âncora são muitas; é um profissional raríssimo e, portanto, bastante valorizado

em qualquer mercado”. É por isso que ele não é somente um leitor das notícias, porque, além disso, ele participa de toda a cadeia produtiva das matérias.

Desde os primeiros telejornais até os atuais, os profissionais têm procurado aperfeiçoar as formas de apresentação. Há alguns anos, acreditava-se que obter credibilidade implicava em cores escuras, rigidez e sobriedade no vídeo. Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2002, p.78) afirmam que:

Os movimentos das câmeras eram automatizados e as posturas acadêmicas. Esses padrões estão sendo gradativamente rompidos pela descontração do estúdio/redação, para que o telespectador acompanhe um cenário mais amplo com outros jornalistas em cena e possa receber e ampliar novas mensagens.

Estes aperfeiçoamentos têm possibilitado que a interação entre os apresentadores seja mais marcante e descontraída. Mesmo que hoje em dia um pouco de descontração seja permitida, existe, porém, uma regra que todos os manuais de telejornalismo ressalvam: jornalista não é ator. Os âncoras não estão em frente às câmeras para dramatizar ou espetacularizar acontecimentos, e sim para prestar um serviço de informação. Por isso Barbeiro e Lima (2002, p.82) advertem que “o âncora não deve dramatizar acontecimentos, nem alterar o sentidos das frases com impositação desnecessária”.

A presença do âncora na tela da televisão deve ser para os telespectadores como uma conversa com algum conhecido. Não pode haver ar de superioridade, nem de pretensão. Pelo contrário, o apresentador tem que fazer com que o espectador sinta-se privilegiado por estar recebendo aquela notícia. (CURADO, 2002).

A calma e a capacidade de administrar o imprevisível também são fortes requisitos a serem desempenhados pelos âncoras. Caso ocorra qualquer falha durante a transmissão ao vivo, o apresentador não deve perde a calma, e sim encontrar a solução mais viável para o momento. A atenção tem de estar voltada inteiramente ao andamento do jornal. Eis, portanto, a orientação de Barbeiro e Lima (2002, p.79): “Não se desconcentre nunca. Qualquer distração pode atrapalhar muito. Logo, não esqueça, que se o microfone vaza, a câmera também”.

Assim sendo, dentro desta perspectiva da ancoragem em telejornais, meu interesse diz respeito à ancoragem do telejornal Jornal Hoje. É por esta razão que na próxima subseção tratarei das principais disposições que pautam meu objeto de estudo, desde seu início até sua configuração atual.

### 3.2 JORNAL HOJE

Aos vinte e um dias do mês de abril de 1971 entrava no ar o Jornal Hoje, o qual, anos mais tarde, tornar-se-ia um dos jornais mais tradicionais de Rede Globo de Televisão. A proposta do telejornal baseava-se na ideia de ser uma revista diária voltada para a mulher, abordando assuntos como arte, espetáculos e realizando entrevistas. Os primeiros apresentadores que ocuparam a bancada foram Léo Batista e Luis Jatobá e transmitiam o programa apenas para o estado do Rio de Janeiro (TELEHISTÓRIA, 2008). Para a época, a produção do Jornal hoje foi considerada uma inovação no estilo de telejornalismo predominante, como afirma Machado Neto (2010, p. 03), quando diz que o Jornal Hoje

Inicialmente era considerado pela crítica da época um telejornal dono de um estilo inovador, por apresentar uma postura mais informal, chegando diretamente ao público, na maioria das vezes, sem nenhum tipo de barreira lingüística, tais como inadequação da linguagem que pudessem prejudicar a comunicação; ou “ruído comunicacional”, como por exemplo, problemas físicos, como má recepção de imagem.

Devido à boa aceitação no estado do Rio de Janeiro, em 1974 o programa passou a ser exibido em território nacional. Nesta fase, o Jornal Hoje passou a contar com Rubens Braga, responsável pelas crônicas e Rubens Ewald que trazia um olhar sobre as produções de cinema (G1,2010).

Durante os anos 80, o Jornal Hoje tornou-se, em boa parte, reconhecido pelas grandes entrevistas que eram feitas aos sábados, por Leda Nagle. Diversas personalidades passaram pelo estúdio como Pelé, Carlos Drummond de Andrade, Cazuza e Tom Jobim. Depois de alguns anos, as entrevistas continuaram, porém, eram feitas em lugares diferentes, e não mais no estúdio (CASTRO, 2008).

Em 1991, em comemoração aos 20 anos do telejornal, novos quadros foram criados, como o quadro *Você*, comandado pela repórter Cristina Franco, que trazia assuntos relacionados à beleza. Também um novo bloco foi criado, para abordar somente cultura, e era dirigido pelo jornalista Maurício Kubrusly (MACHADO NETO, 2008).

Em 1999 uma grande modificação aconteceu na trajetória do telejornal. O programa mudou seu endereço e passou a ser apresentado diretamente dos novos estúdios da Rede Globo em São Paulo. Neste ano Sandra Annenberg, atual âncora,

passou a ser correspondente em Londres, deixando a bancada nas mãos de Carlos Nascimento e Carla Vilhena.

Os anos 2000 iniciam com a volta de Sandra Annenberg e Carlos Nascimento à frente do Jornal Hoje, trazendo uma linguagem diferente, na tentativa de resgatar a identidade do programa, que é de ser um telejornal-revista (G1, 2010).

A partir de 2004, Evaristo Costa, jornalista responsável pela previsão do tempo assume a bancada, juntando-se à Sandra na ancoragem do telejornal. O programa segue fazendo uso de uma linguagem coloquial, mas sempre mantendo atenção na seriedade inerente ao telejornalismo. Sandra e Evaristo permanecem até hoje no comando do Jornal Hoje, apresentando-o de segunda à sexta (G1, 2010).

Diante disto, ressalto a importância que os âncoras do Jornal Hoje têm para esta pesquisa, visto que a mesma busca investigar a atuação da mulher no telejornalismo, utilizando a ancoragem como referência.

Para que a minha proposta de análise possa ser compreendida em totalidade, na próxima seção busco explicar sobre os procedimentos metodológicos que pautam esta pesquisa.

#### **4 METODOLOGIA**

Esta pesquisa constitui um estudo de caso. Fonseca (2002, p.34) define esta modalidade dizendo que

Um estudo de caso pode ser caracterizado de acordo como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa ou unidade social. Visa conhecer em profundidade o seu 'como' e os seus 'porquês', evidenciando a sua unidade e identidade própria.

Para proceder com minha análise, inicialmente realizei a captação de uma semana do Jornal Hoje, do dia 16 maio ao dia 20 de maio, totalizando 5 edições que constituem o *corpus* da minha análise. Em posse deste material, transcrevi as cabeças e notas de pé das matérias. Optei pela exclusão da edição sábado porque neste dia a apresentação do programa é feita, em geral, por outros jornalistas (e apenas um), e não pelos âncoras em questão.

A transcrição destes textos revela sua importância se levado em consideração o fato que são nestes momentos que os âncoras fazem contato diretamente com o espectador, ou seja, conversam com seu público. Gill (2008, p.252) cita a importância

da utilização das transcrições em pesquisas audiovisuais, quando diz que “aspectos da fala que são tão familiares a ponto de nós muitas vezes literalmente não os ‘ouvirmos’, se tornam visíveis na transcrição”.

Após transcrever o *corpus* de análise, estabeleci uma classificação das pautas a serem analisadas. Separei as pautas das editoriais de variedades, moda e beleza e culinária, visto que, são nessas pautas onde se encontram as maiores incidências de designação de gênero, que é o que interessa a esta pesquisa.

Para a realização da análise deste trabalho adoto duas metodologias principais, o Quadro Tridimensional de Fairclough (2001) (Anexo I) e a Rede de Representação dos Atores Sociais proposta por van Leeuwen (1997) (Anexo II). A seguir, faço uma explanação sobre estes modelos de análise para a melhor compreensão dos resultados que obtive na minha análise.

Ao cunhar um modelo de análise tridimensional, Fairclough propõe o estudo do discurso levando em consideração o contexto e a prática social. Isso porque, o autor acredita na força da mudança discursiva em relação com a mudança social e cultural. Fairclough (2001, p.89) desenvolveu este molde de análise porque tem especial preocupação em “reunir a análise de discurso orientada linguisticamente e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem”. Esta perspectiva se deve ao fato de que

Para além do contexto, a definição de Fairclough focaliza a dimensão da prática social a partir de uma visão da linguagem investida de poder e ideologias, capaz de constituir as dimensões sociais do conhecimento, das relações e da identidade social. É essa visão de discurso, estreitamente ligada ao situacional, institucional e social que interessa à ACD (MAGALHÃES, 2001, p.15).

O modelo tridimensional de análise proposto por Fairclough constitui uma análise que estuda o discurso em três perspectivas: a análise textual, análise da prática discursiva e análise da prática social. Estas três instâncias são interdependentes e tem atenção igualitária, ou seja, uma não existe sem a outra. Assim sendo a análise tridimensional

É uma tentativa de reunir três tradições analíticas, cada uma das quais é indispensável na análise de discurso. Essas são a tradição de análise textual e linguística detalhada na Linguística, a tradição macrossociológica de análise da prática social em relação as estruturas sociais e a tradição interpretativa ou macrossociológica de considerar a prática social como alguma coisa que as pessoas produzem ativamente e entendem com base em procedimentos de senso compartilhados (MAGALHÃES, 2001, p.24).

A primeira instância de análise proposta é a análise textual, que Fairclough organiza em quatro itens “[...] 'vocabulário', 'gramática', 'coesão' e 'estrutura textual'”. O vocabulário diz respeito principalmente as palavras individuais, a gramática das palavras utilizadas em orações e frases, a coesão trata da ligação feita entre orações e frases e a estrutura textual trata das propriedades organizacionais de larga escala dos textos. (FAIRCLOUGH, 2001, p.103).

A segunda dimensão de análise é a prática discursiva e no seu estudo são usadas três categorias principais que, segundo Magalhães (2001, p.25), “[...] também envolvem traços textuais formais: a força dos enunciados, ou os tipos de atos de fala que eles constituem, a coerência e a intertextualidade dos textos.

O último componente da análise tridimensional de Fairclough é a prática social. Nesta dimensão Fairclough têm especial preocupação em estabelecer as conexões entre a prática social e a natureza da prática discursiva, ou seja, a produção e interpretação do texto. Magalhães (2001, p.25) esclarece que na prática social “[...] o conceito de hegemonia proporciona uma matriz, ou um modo de analisar a prática social à qual o discurso pertence em termos das relações de poder, investigando se estas reproduzem, reestruturam ou desafiam as hegemonias existentes”.

A utilização do quadro tridimensional de Fairclough permite que ao analisar o discurso, a atenção não esteja voltada somente a ele, mas também permite que se entenda como esse discurso se efetiva e que implicações causa nos espaços sociais.

Além de utilizar o modelo de Fairclough, também faço uso da Rede de Representação dos Atores Sociais, de Theo Van Leeuwen. Van Leeuwen (1997, p.169) coloca seu modelo como uma forma de descobrir os “modos pelos quais os actores sociais podem ser representados”.

Na perspectiva do autor os atores sociais são sempre incluídos ou excluídos, por isso “as representações sociais incluem ou excluem actores sociais para servir os seus interesses e propósitos em relação aos leitores a quem se dirigem” (VAN LEEUWEN, 1997, p.180).

A exclusão diz respeito aos momentos em que o ator social é excluído do discurso, do qual ele faz parte. A exclusão pode acontecer por duas vias: supressão ou encobrimento. A supressão acontece quando o ator social é completamente excluído do discurso e das suas atividades. Já, o encobrimento se dá quando o ator social fica pouco

visível no discurso, ou seja, ele não é completamente excluído, mas fica “apagado” em relação a suas atividades.

A inclusão envolve uma rede de 45 formas pelas quais os atores sociais podem ser representados. Em razão dessa ampla variedade de possibilidades de manifestação, não tratarei individualmente de cada uma delas aqui, mas, durante meu texto de análise, explico as categorias que foram reconhecidas, conforme exponho a seguir.

## 5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Jornal Hoje traz notícias que abordam economia, política e cobertura policial, porém seu foco está nas pautas de variedades e entretenimento. A partir da análise que segue, é possível inferir que na maioria das vezes as notícias que tratam de moda, beleza e culinária, ficam a cargo de Sandra. Por muitas vezes, Evaristo se exclui da pauta, deixando que Sandra cuide do assunto. Isto possivelmente leva a crer que estas pautas são voltadas para mulher, ou seja, não são assuntos ligados ao papel masculino.

Para dar conta de compreender este traço, o corpus da minha análise constitui-se de 5 edições do telejornal, onde observo, especificamente as pautas de variedades, culinária, moda e beleza. Opto por desenvolver minha análise separando-a pelos atores sociais encontrados. Nestas edições pude perceber 88 ocorrências de atores sociais.

No levantamento feito, três atores sociais se destacam, e são eles: o ator social Apresentador (Evaristo Costa), âncora do telejornal, ator social Apresentadora (Sandra Annenberg), também âncora do telejornal e ator social Telespectador, que é o público para quem o telejornal é direcionado.

Tanto o ator social Apresentador quanto o ator social Apresentadora, se representam pela denominação “a gente” (4 ocorrências) . A seguir, exemplifico em ordem crescente, algumas ocorrências deste ator social:

5.1 “Agora a **gente** vai tratar de um assunto que não dá dor de cabeça, mas dá coceira na cabeça.” (Apesentadora, 16 de maio).

A citação “a gente”, também aparece representando não só o ator social apresentador, mas também representando os atores sociais Apresentador e Apresentadora associados ao ator social Telespectador (13 ocorrências). Como por exemplo:

5.2 “Mas existem tratamentos simples que **a gente** pode fazer em casa mesmo e dão bons resultados” (Apresentadora, 16 de maio).

Além disso, os atores sociais Apresentador e Apresentadora também ocorrem 8 vezes, representados pelo pronome pessoal em primeira pessoa do plural “nós” em elipse.

5.3 “**Ø Vamos** mudar um pouquinho de assunto, falar de culinária”. (Apresentadora, 16 de maio).

A primeira pessoa do plural e/ou a denominação “a gente” também usada para representar os atores sociais Apresentador e Apresentadora associados com o ator social Equipe de Redação 13 vezes.

5.4 “**Nós** preparamos esta reportagem prá esclarecer todas as dúvidas que a gente tem sobre este insetinho inconveniente.” (Apresentadora 16 de maio).

Também houve ocorrências em que o ator social apresentador é representado pelo seu nome (7 ocorrências). Destas 7 ocorrências, 5 delas dizem respeito ao ator social Apresentadora e 2 dizem respeito ao ator social Apresentador.

5.5 “**Evaristo** você sabia que de cada dez crianças brasileira pelo menos três tem piolho”? (Apresentadora 16 de maio).

5.6 Oh **Sandra** e já que a gente tá falando de emprego, nós vamos entrar num outro assunto prá comentar sobre os concursos públicos (Apresentador, 16 de maio).

Em outros momentos, os atores sociais Apresentador e Apresentadora representam-se pelo pronome da primeira pessoa do singular “eu” (13 ocorrências), sendo 8 vezes para a Apresentadora e 5 para o Apresentador enquanto o ator social Apresentador é representado em 5 ocorrências.

5.7 “Bem como **eu** não sei muito desse assunto, nós vamos deixar prá repórter Shirlei Paravisi dar todas essas dicas e ainda mostrar como se maquiar” (Apresentador, 16 de maio).

5.8 “Se você não gosta de batom muito escuro, como **eu**, prefere os mais claros, a sugestão é usar os tons nude que é aquele mais cor de boca tá, ou um coral, pêssego, alguma coisa assim” (Apresentadora, 16 de maio).

O ator social Telespectador aparece no discurso representado por duas formas. A primeira delas é o pronome pessoal da segunda pessoa do singular “você” (17 ocorrências).

5.9 “Bom, se **você** quiser dormir na moda é só dá uma olhadinha lá na nossa página na internet, todas as dicas já estão lá”. (Apresentador, 17 de maio).

Ele, ator social Telespectador também é representado pela designação de gênero, ou seja, especificando masculino ou feminino (5 ocorrências). Destas 5 ocorrências, 1 faz referência ao público masculino e 4 fazem referência ao público feminino.

5.10 “Fazer uma pergunta pra você, que **muitas mulheres** também gostariam de responder” (Apresentador, 19 de maio).

5.11 “Já os **homens** valorizam mais dinheiro, carreira e liberdade”. (Apresentadora, 16 de maio).

O ator social Equipe de Redação aparece vinculado aos atores sociais Apresentador e Apresentadora pela primeira pessoa do plural.

5.12 “Poisé, ela entrou pro livro dos recordes, mas **nós** encontramos outras velhinhas muito mais idosas do que ela (Apresentadora, 19 de maio).

Também há a ocorrência de outro ator social, o Especialista, que ocorre 3 vezes durante a análise. Neste trabalho, contudo, vou deter-me apenas sobre os atores que tiveram mais ocorrências (Tabela 1 em Apêndice A).

A partir desta breve apresentação dos atores sociais identificados no texto, é possível inferir que o ator social Apresentador e a ator social Apresentadora quando representados por “a gente” ou o pronome pessoal de primeira pessoa do plural “nós”, busca a representação dos âncoras como parte da bancada, ou seja, compondo determinado grupo ao qual o ator social telespectador não pertence (Tabela 1 em Apêndice A).

Essa forma de composição de grupos é denominada por van Leeuwen(1997, p.195) como “*assimilação*” por “*coletivização*” e explica que ela “pode realizar-se através de um substantivo contável quer de um substantivo que denote um grupo de pessoas (pluralidade, grupo)”. Esta forma de representação surge nos momentos em que

Apresentador e Apresentadora querem falar sobre as suas funções, ou seja, querem mostrar ao telespectador o seu trabalho em relação à produção da notícia.

5.13 “**Nós vamos** falar agora de uma brasileira que é a mais nova campeã mundial, sabe de quê?”  
(Apresentadora, 19 de maio)

5.14. “É sobre isso que **a gente** vai falar”. (Apresentador, 17 de maio).

Nestes casos, os dois atores sociais, por vezes se representam como equipe, onde demonstram saber ou fazer algo que o público não é capaz, ou seja, se incluem em grupo do qual são individualizados do seus telespectadores.

Em determinados momentos, porém, representam-se usando a denominação “a gente” associados ao ator social Telespectador, também incorrendo “*assimilação*” por “*coletivização*”. Nesta forma de ocorrência, contudo, tanto Apresentador quanto Apresentadora buscam uma identificação junto ao público, pois, segundo van Leeuwen (1997, p.190), os atores sociais “[...] podem surgir como classes ou como indivíduos específicos e identificáveis” (Tabela 1 em Apêndice A).

5.15 “Mas existem tratamentos simples que **a gente** pode fazer em casa mesmo e dão bons resultados  
(Apresentadora, 16 de maio).

Isto sugere que eles se utilizam desta estratégia para se integrar ao ator social, tornando a notícia quase que uma conversa informal e familiar para o Telespectador.

Em determinados momentos os atores sociais Apresentador e Apresentadora fazem questão de utilizar a denominação “a gente” ou o pronome de primeira pessoa do singular “nós”, buscando trazer nessa representação o ator social Equipe de Redação. Esta forma de representação também é chamada de “*assimilação*” por “*coletivização*” e busca integrar os atores em um grupo social. Neste caso o objetivo é unir Apresentador e Apresentadora ao grupo do ator social Equipe de Redação, mostrando ao Telespectador que eles fazem parte de determinado grupo que produz as notícias e está apto a dar dicas e conselhos para eles (Tabela 1 em Apêndice A).

Por outras vezes os atores sociais Apresentador e Apresentadora se representam utilizando seus nomes próprios no discurso. Esta forma de representação é denominada por van Leeuwen (1991, p.201) de “*nomeação*”, se dá “quando o actor social é representado na sua identidade única”. Neste caso, a nomeação infere que a partir da

utilização dos nomes próprios dos atores sociais Apresentador e Apresentadora, o intuito é a representação da identidade e individualidade de cada apresentador (Tabela 1 em Apêndice A).

5.16 “Prá mim uma xícara de café já é muito. Quem gosta de café é a **Sandra**” (Apresentador, 18 de maio).

5.17 “Uma sopinha no inverno vai muito bem né **Evaristo**?” (Apresentadora, 20 de maio).

Quando os atores sociais Apresentador e Apresentadora incluem-se pelo pronome pessoal da primeira pessoa do singular “eu”, é possível dizer que os dois atores sociais buscam traçar seu perfil, trazendo à tona suas opiniões e percepções sobre o assunto tratado. Esta forma de representação é definida por van Leeuwen como “*individualização*” e “[...] realiza-se através da singularidade” (Tabela 1 em Apêndice A).

5.18 “**Eu** adoro pijama” (Apresentadora, dia 17 de maio).

5.19 “Bem, como **eu** não sei muito desse assunto [...]” (Apresentador, dia 16 de maio).

Na individualização os atores sociais são representados com destaque. Neste caso, eles ressaltam suas opiniões, preferências ou competências junto ao público.

Já o ator social Telespectador aparece representado pelo pronome de segunda pessoa do singular “você”. Neste caso, a representação é feita por “*genericização*” pois os atores são representados como classes, de forma genérica, não especificada (VAN LEEUWEN, 1997, p.190)

5.20”Vocês quer um emprego, mas não tem a famosa experiência que é cobrada pelas empresas né”. (Apresentadora, 16 de maio).

Neste sentido, quando o pronome “você” é utilizado, mostra que há uma busca pela indistinção de gênero, ou seja, os apresentadores buscam direcionar a pauta tanto para o público feminino quanto para o público masculino (Tabela 1 em Apêndice A).

Entretanto, em outros momentos o ator social Telespectador é representado com designação de gênero, ou seja, definindo masculino e feminino. Van Leeuwen (1997, p.202) classifica esta representação como “categorização” por “classificação”, pois

[...] os actores sociais são referidos em termos das principais categorias através das quais uma dada sociedade ou instituição diferencia classes de pessoas. Na nossa sociedade estes dados incluem idade, sexo, origem, classe social, riqueza, raça, etnicidade, religião, orientação sexual, etc.

Nesta modalidade os atores sociais são representados a partir das suas funções e identidades. Neste caso, são definidos pelo sexo/gênero (Tabela 1 em Apêndice A).

5.21 “Vou comentar aqui com **as minhas amigas telespectadoras**”. (Apresentadora, dia 16 de maio).

Neste caso é possível perceber que quando há esta classificação, os atores sociais Apresentador e Apresentadora representam o ator social Telespectador buscando definir que a pauta em questão é um assunto voltado para o público feminino.

Através dessa definição de gênero, fica nítida a premissa de que existem assuntos como culinária e filhos, que são ainda entendidos como “assuntos de mulher”, nos quais o ator social Apresentadora busca deixar claro que está falando com as telespectadoras e não com os telespectadores. Em contrapartida, durante o *corpus* da análise encontrei somente uma ocorrência desta representação destinada ao público masculino, mostrando que a necessidade de marcação de gênero é mais expressiva quando o assunto é voltado exclusivamente ao público feminino, excluindo o masculino. Já todas as demais pautas são voltadas, potencialmente, a ambos os gêneros.

Isto também sugere que mesmo que as mulheres ocupem lugares de destaque como este da Apresentadora, ainda são entendidas como “rainhas do lar”, ou seja, continuam sendo associadas aos assuntos domésticos, enquanto os homens são resguardados destes temas.

Por isso, além do eixo da inclusão, também pude identificar ocorrências no eixo da exclusão durante a análise. Quando os atores sociais Apresentador ou Apresentadora definem para qual público a pauta é direcionada, automaticamente o outro público é excluído.

5.22 “Vou comentar aqui com **as minhas amigas telespectadoras**”. (Apresentadora, dia 16 de maio).

Quando a Apresentadora cita “**as minhas amigas telespectadoras**”, deixa claro que está se dirigindo às mulheres e não aos homens. Assim sendo, o Telespectador homem é excluído da pauta e protegido daquele assunto. Van Leeuwen define esta categoria como “exclusão” por “supressão”. Nesta categoria o ator social é completamente excluído do discurso, não havendo qualquer referência ao mesmo.

Essa inferência também mostra que a busca pela definição do gênero das pautas soa quase como uma prevenção ao público masculino de que o assunto não lhes diz respeito. Ou seja, quando assuntos femininos são tratados a Apresentadora marca para quem está falando, ao passo que, o contrário não acontece.

Esta forma de observação também aparece quando o Apresentador demonstra não saber sobre determinado assunto. No exemplo a seguir, a pauta é sobre maquiagem, e o ator social Apresentador precisa evidenciar, marcar textualmente seu desconhecimento sobre o assunto.

5.23 “Bem, como **eu** não sei muito desse assunto, nós vamos deixar para a repórter Shirlei Paravisi dar todas essas dicas e ainda mostrar como se maquiar” (Apresentador, dia 16 de maio).

Neste caso, o Apresentador exclui-se da pauta, deixando claro que maquiagem não é um assunto sobre o qual os homens devam ter conhecimento e, portanto, não é ele que deve falar sobre isso. Isto também sugere que esta pauta foi pensada para o público feminino e não é do interesse masculino.

Outros dois pontos a serem destacados na análise são os verbos e adjetivos associados aos atores sociais. Os verbos ligados ao Apresentador e à Apresentadora, quando representados como bancada demonstram sempre suas funções e práticas dentro do telejornal. São sempre conjugados no presente, como por exemplo, “vamos”, “mostra” “vai”, que remetem à ideia do trabalho e da preocupação na hora da preparação do telejornal.

Neste momentos os atores sociais Apresentador e Apresentadora não se utilizam de adjetivações na discurso.

Já quando os atores sociais representam-se pela denominação “a gente”, mesclando-se ao ator social Telespectador, os verbos utilizados são verbos conjugados em terceira pessoa do singular como “mantém”, “sabe”, “vai”, “deve”, entre outros, e mostram que Apresentador e Apresentadora buscam associar-se às práticas do Telespectador. O possível objetivo é criar a impressão de que Apresentador e

Apresentadora necessitam tanto daquelas informações e dicas quanto o Telespectador. Isto demonstra a tentativa de aproximação dos apresentadores.

Neste caso, o uso de adjetivos ou locuções adjetivas também não estão presentes.

Na representação dos atores sociais Apresentador e Apresentadora mesclando-se com o ator social Equipe, os verbos são, em sua maioria, conjugados no passado: “preparamos”, “encontramos”, “preparou”. Isto denota o esforço planejado da equipe em trazer as notícias e dicas mais importantes para o Telespectador.

Quando os atores sociais representam-se como indivíduos, ou seja, utilizando o pronome de primeira pessoa de singular “eu”, suas opiniões ficam bem nítidas e demarcadas, a partir de verbos como “adoro”, “compro”, “vou”, “acho”, “tive”, dentre outros. Estes verbos sempre aparecem na parte em que os atores buscam individualizar-se dos telespectadores e equipe para opinarem e se expressarem.

As adjetivações também não estão presentes nestes momentos.

Na representação do ator social Telespectador pelo pronome pessoal de segunda pessoa do singular “você”, os verbos utilizados no discurso estão sempre no presente, novamente reforçando a ideia de generalização. São verbos como “quiser”, “encontra”, “conferir”, “entra”, “é”. Alguns verbos também são utilizados no imperativo como “dê”, “acesse”, “vai”.

Estes verbos são geralmente associados com a partícula “se”, como em “se você quiser dormir na moda”, “se você souber escolher”, “se você quiser emagrecer”. Isto indica que Apresentador e Apresentadora colocam uma condição ao Telespectador, constatando que para ser melhor, ter um emprego melhor ou parecer melhor, basta o seu esforço em seguir as dicas por eles dadas.

Quando o ator social Telespectador é representado com designação de gênero feminino os verbos utilizados também são usados no presente como “é”, “dão”, “gostariam”, “perder” “prefere”. Nesta categoria há um esforço em aproximar o ator social Telespectador do público feminino ao ator social Apresentadora. Por isso, ela se utiliza de alguns adjetivos como “minhas amigas telespectadoras”, “mulheres”, “feminina”, “brasileiras”, nas busca de uma identificação junto ao público feminino.

Essas observações acerca do telejornal Jornal Hoje demonstram que os apresentadores buscam uma interação mais íntima com o público, principalmente quando o tratam como “você”. Os apresentadores buscam cativar o seu público a partir

da encenação de que são iguais a eles, que tem os mesmos interesses e as mesmas necessidades. Isso pode ser confirmado pelo número de ocorrências em que os apresentadores buscam representar-se em associação com seu público (13 ocorrências), ao passo que se representam individualmente somente em 3 ocorrências.

Nesta seção busquei identificar os atores sociais presentes no telejornal Jornal Hoje, e por meio deste estudo, entender como eles são representados no discurso. A partir desse rastreamento, pude perceber que a representação dos atores Apresentador e Apresentadora de si mesmos busca, através da associação com o Telespectador uma informalização durante o telejornal, uma simulação de diálogo.

Também pude perceber que quando os atores Apresentador e Apresentadora representam o ator social Telespectador buscam, em certos momentos, generalizar as pautas, com o intuito de se fazer entender pelo público em geral. Quando os assuntos abordados são socialmente são considerados de mulher, os apresentadores buscam deixar claro para quem estão falando.

Neste sentido, observo que em muitos momentos os apresentadores utilizam-se de estratégias na busca pela indefinição de gênero (todas as pautas em que não há marcação de gênero), para que socialmente se entenda a pauta como pensada para os dois gêneros. Em outros momentos, contudo, esta marcação de gênero está especialmente presente para se referir às mulheres. Isto serve de pista para entender que as mulheres atualmente se ocupam de vários assuntos e espaços sociais da mesma forma que os homens, mas que, existem assuntos e espaços que ainda são exclusivos do entendimento da mulher, dos quais, fica claro, o homem não precise e talvez, nem deva tomar ciência.

Na próxima seção, exponho algumas ponderações sobre o a análise e estabeleço as considerações sobre a minha pesquisa.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante o meu percurso de análise busquei realizar algumas discussões sobre temas como relações de gêneros, poder, ancoragem e telejornalismo. Meu objetivo ao aborda-los foi entender como estas práticas discursivas e sociais podem ocorrer no meio midiático. Neste momento é importante evidenciar a importância de se estudar os meios de comunicação, levando em conta a influência que têm na sociedade. Diante disto

torna-se essencial entender quais são e como funcionam os padrões e modelos hegemônicos dos quais se servem os meios de comunicação.

Sendo assim, posso afirmar que a influência feminina na bancada do telejornal Jornal Hoje se dá na medida em que as pautas são direcionadas. Esta presença feminina serve, não para simbolizar a igualdade entre os gêneros, mas sim, para reforçar o papel social da mulher, haja vista que existem assuntos tratados como femininos e assuntos tratados como masculinos ou unissex. Levando em consideração que no *corpus* analisado as pautas em que há marcação de gênero são direcionadas para o público feminino e acontecem mais vezes do que as pautas direcionadas para o público masculino ou unissex, ficou explícita que a presença de uma mulher na bancada influencia no momento do direcionamento das pautas.

Acredito que esta pesquisa atingiu os objetivos desejados, porém acredito ser importante ressaltar que por ser uma proposta de pesquisa acadêmica com número de páginas limitadas, alguns atores sociais identificados no texto ainda podem ser analisados. Acredito que este esforço de investigação pode ser aprofundado, ao se considerar, a possibilidade de todos os atores sociais presentes no *corpus*. É possível, também, observar as pautas que marcam o gênero masculino e, por vezes, a suposta “naturalização” da exclusão dessa marcação na maioria das pautas.

Para finalizar, considero como mérito desta pesquisa poder identificar de que forma os meios de comunicação podem ser entendidos como espelhos da sociedade. Mesmo que, por vezes, esse reflexo seja um tanto distorcido, alvo de leituras e interpretações, ainda assim inspira-se no social para compor seus cenários discursivos. Sendo assim, inevitavelmente o modelo que lá está reproduzido tem um paralelo nas práticas sociais. Espero, a partir da divulgação dos resultados deste estudo contribuir para mudança social, esta uma das marcas dos estudos filiados à ACD.

## **7 REFERÊNCIAS**

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BENEDICTO, S.C.; PEREIRA, W.D.; STIEG, C.M.; PENIDO, A.M.S.; RODRIGUES, A.C. **Relações de gênero e poder: uma análise do comportamento humano nas**

organizações. Disponível em:  
[http://www.facape.br/controladoria/1/Rel\\_de\\_genero\\_e\\_poder\\_uma\\_analise\\_do\\_compo  
rt\\_humo\\_nas\\_org.pdf](http://www.facape.br/controladoria/1/Rel_de_genero_e_poder_uma_analise_do_compo<br/>rt_humo_nas_org.pdf). Último acesso em: 21 de abril 2011.

CARLOTO, Cássia M. **O conceito de gênero e a sua importância para a análise da relações sociais**. Disponível em: [http://www.ssrevista.uel.br/c\\_v3n2\\_genero.htm](http://www.ssrevista.uel.br/c_v3n2_genero.htm). Último acesso em: 21 maio 2011.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. 2/ed. São Paulo: Alegro, 2002.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FONSECA, João J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. 2002. Disponível em: <[http://www.4shared.com/document/-Sw-IPYs/apostila\\_Metodologia\\_de\\_Pesqui.html](http://www.4shared.com/document/-Sw-IPYs/apostila_Metodologia_de_Pesqui.html)>. Último acesso em : 02 junho 2011.

FUNCK, Susana Bórneo. Discurso e identidade de gênero. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; SCLIAR-CABRAL, Leonor (orgs.). **Desvendando Discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: UFSC, 2008. p.183-195.

GILL, Rosalind. Análise se discurso. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2008.

G1. **História do Jornal Hoje**. 2010. Disponível em: < [http://g1.globo.com/jornal-  
hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-  
hoje.html](http://g1.globo.com/jornal-<br/>hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-<br/>hoje.html)>. Último acesso em: 18 junho 2011.

LOPES, Felisbela. **Homens públicos, mulheres privadas** – a presença da mulher na informação televisiva. Disponível em: <

<http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/LopesFelisbela.pdf>>. Último acesso em: 01 junho 2011.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: Uma perspectiva pós-estruturalista. 11ª edição, Petropolis, RJ: Editora: Vozes, 2010.

MACHADO, Neto. **Jornal Hoje**. 2008. Disponível em: <<http://www.telehistoria.com.br/canais/jornalisticos/historia.asp?idConfiguracao=3595>>. Último acesso em: 01 junho 2011.

MAGALHÃES, C. M. Análise Crítica do Discurso enquanto teoria e método de estudo. In; MAGALHÃES, C. M. (org.) **Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001, v. 1, p. 15-30.

PEDROSA, C. E. F., **Análise Crítica do Discurso uma proposta para a análise crítica da linguagem**. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/ixcnlf/3/04.htm> Último acesso em: 30 jun. 2009.

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

SILVA, Camila P.G. da. Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística, **Temática**, João Pessoa, v.6, p. 1-39, Junho/2009. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2009.html>>. Último acesso em: 01 junho 2011.

Telehistória. **Jornal Hoje**. Disponível em: <<http://www.telehistoria.com.br/canais/jornalisticos/historia.asp?idConfiguracao=3595>>. Último acesso em: 20 abril 2011.

VAN LEEUWEN, T. A representação os actores sociais. In: PEDRO, E. R. (Org.) **Análise Crítica do discurso**: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.

Van Dijk, Teun. **Discurso e Poder**. 2ª edição, São Paulo, editora: contexto, 2010.

HEBERLE, Viviane M. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias? In: **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v.4, n.esp, p.85-112,2004. Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0403/6%20art%204.pdf>>

WODAK, R. Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. In: CALDAS-COULTHARD, C. R.; FIGUEIREDO, D. C. (orgs.) **Linguagem em Discurso**. Tubarão, v. 4, n.esp, p. 223-243, 2004

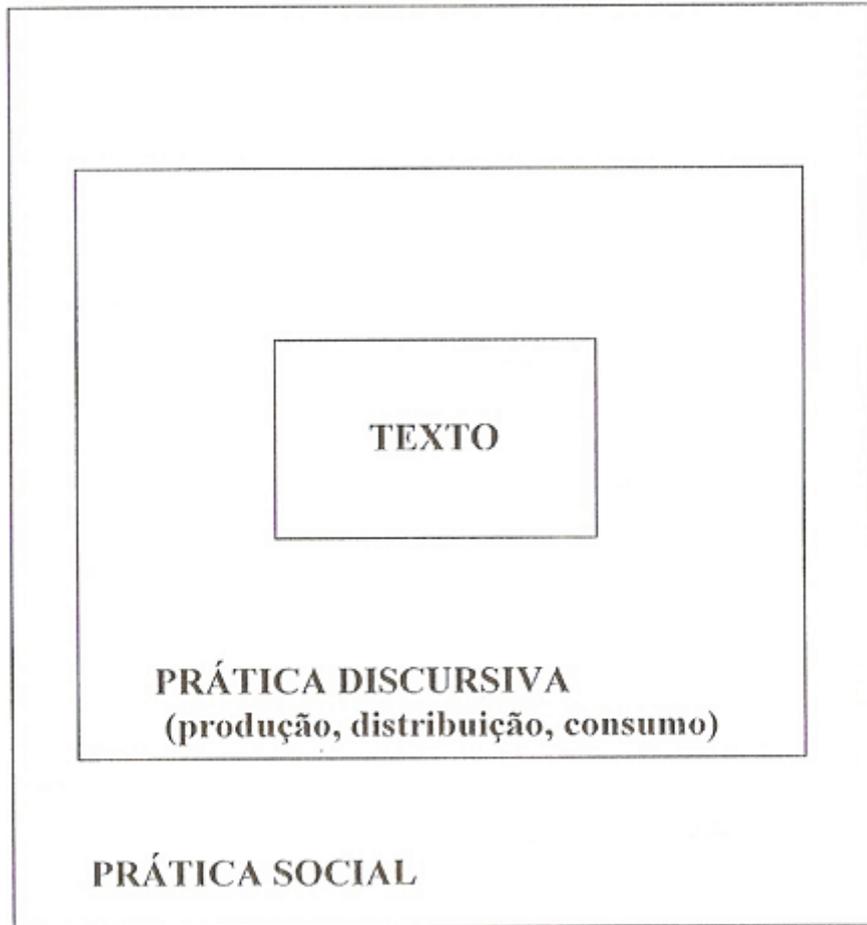
## APÊNDICE A

Tabela 1. Representação dos Atores Sociais presentes no Jornal Hoje

<b>Ator Social</b>	<b>Forma e Número de Ocorrências</b>
Apresentador	Eu: 5 ocorrências
	A gente (Apresentador +Apresentadora): 4 ocorrências
	A gente (Apresentador +Apresentadora+ Telespectador: 13 ocorrências
	Nós (Apresentador +Apresentadora): 8 ocorrências
	Nós/a gente (Apresentador + Apresentadora + Equipe de Redação): 13 ocorrências
	Nome: 2 ocorrências
	Eu: 5 ocorrências
Apresentadora	Eu: 8 ocorrências
	A gente (Apresentador +Apresentadora): 4 ocorrências
	A gente (Apresentador +Apresentadora+ Telespectador): 13 ocorrências
	Nós (Apresentador +Apresentadora): 8 ocorrências
	Nós/a gente (Apresentador + Apresentadora + Equipe de Redação): 13 ocorrências
	Nome: 5 ocorrências
	Eu: 8 ocorrências
Equipe de Redação	Nós/a gente (Apresentador + Apresentadora + Equipe de Redação): 13 ocorrências
Telespectador	A gente (Apresentador +Apresentadora+Telespectador): 13 ocorrências
	Você: 17 ocorrências
	Feminino: 4 ocorrências
	Masculino: 1 ocorrência
Especialista	Médico: 1 ocorrência
	Preparador físico: 1 ocorrência
	Cardiologista: 1 ocorrência

## **ANEXO I**

Quadro Tridimensional de Análise de Fairclough (2001)



## ANEXO II

### Rede de Representação dos Atores Sociais de Theo van Leeuwen (1997)

