

## Boris Casoy, o âncora brasileiro e o modelo norte-americano<sup>1</sup>

Por

S.Squirra

"E impossível um jornal ancorado  
se você não estiver em uma  
democracia plena"  
Boris Casoy<sup>2</sup>

O levantamento e análise do material com as opiniões de jornalistas sobre a origem e os modelos nos quais se espelharam para modelar o telejornalismo brasileiro é claro e, nos parece suficiente para afirmar que o padrão adotado no Brasil foi, realmente, o norte-americano.

De outro lado, sedimentado em pesquisa bibliográfica e análise periódica dos telejornais das redes ABC, CBS e NBC realizada nos Estados Unidos, outras evidências nos levam a esse indicador. Combinando o material de referência nacional com aquele obtido nos EUA e, a partir da análise das respostas oferecidas por Boris Casoy, é possível concluir que os profissionais da televisão brasileira têm na congênere norte-americana a sua principal fonte de inspiração.

Os principais sistemas de televisão existentes no Brasil atual, são organizações estruturadas em forma de **redes**. Um conceito adotado no país, a partir de princípios empresariais implantados nos EUA e que foi importado com o acordo Time-Life quando da criação da Rede Globo, ainda nos anos 60. Naquele momento foi introduzido o conceito de 'network' na televisão brasileira.

Para Fernando Barbosa Lima, um dos mais antigos, experientes e inovadores jornalistas de televisão no Brasil "a saída mais digna para os telejornais foi copiar o

---

<sup>1</sup> Texto publicado no Anuário Brasileiro de Pesquisa em Jornalismo, vol.2, p. 61-68, 1993

<sup>2</sup> Entrevista pessoal realizada em 28 de julho de 1992 (arquivada em áudio)

estilo e a forma dos informativos norte-americanos". José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, deixa claro a origem e o modelo do principal telejornal do país, ao afirmar que "a ideia do **Jornal Nacional** é da televisão americana, mas no Brasil o projeto saiu da área comercial, que achava importante ter um veículo realmente nacional"<sup>3</sup>.

A influência externa na definição de formatos e estilos de programação atingiu a indústria da televisão brasileira desde seus primórdios. Na década de 60, entretanto, os anunciantes começaram a entender o potencial que a televisão poderia oferecer em termos de alcance de audiência. O que levou o pesquisador norte-americano, Joseph Straubhaar a afirmar que "empresas norte-americanas de televisão e anunciantes foram atraídos pelo mercado (brasileiro) em crescimento. Essas empresas estrangeiras influenciaram o desenvolvimento da indústria da televisão nos anos 60, de tal forma que era substancialmente dependente delas ... A TV Globo organizou uma verdadeira rede nacional, modelada nas redes comerciais norte-americanas, que poderiam oferecer oportunidades de veiculação de anúncios pelo país inteiro."<sup>4</sup>.

Com relação a esses modelos de influências, Straubhaar elenca algumas formas claras de atuação: "cinco tipos de influência americana figuravam no desenvolvimento e contribuíram para a dependência da indústria da televisão (brasileira). Primeiro, a disponibilidade e a forte atração do baixo custo dos programas americanos importados influenciaram a competição. Segundo, as ideias americanas sobre formatos de programas influenciaram as produções domésticas, particularmente aquelas da TV Excelsior e TV Globo. Terceiro, as corporações multinacionais norte-americanas e agências de publicidade influenciaram a natureza do relacionamento entre o veículo, o anunciante e a audiência. Quarto, os conceitos norte-americanos sobre gerenciamento de redes de TV ajudaram nos bons resultados da TV Excelsior e TV Globo. Com a TV Globo, isto incluía um contrato 'técnico de assistência' com a *Time-Life Television, Inc.* Quinto, a TV Globo também recebeu financiamento da Time-Life"<sup>5</sup>.

O relacionamento da Rede Globo com o grupo Time-Life foi extensamente estudado por Daniel Herz<sup>6</sup> e por outros pesquisadores, sendo que os conceitos norte-americanos de gerenciamento empresarial, de criação e produção artística e de difusão de programas, seguramente acabaram sendo assimilados -em maior ou menor escala- por toda a crescente indústria televisiva brasileira. Na área do jornalismo de televisão, Cláudio Mello e Souza confirma que "a ideia de se fazer 'um jornal de caráter nacional', à semelhança do que já existia nos Estados Unidos, vinha sendo debatida, desde algum tempo, por todas as pessoas da direção da Globo"<sup>7</sup>.

---

<sup>3</sup> Markun, Paulo. *Playboy entrevista Boni*. Playboy, janeiro de 1991, p.36

<sup>4</sup> Straubhaar, Joseph. *The transformation of cultural dependency: the decline of american influence on the brazilian television industry*. Thesis, The Fletcher School of Law and Diplomacy, EUA, April, 1981, p.81

<sup>5</sup> Straubhaar, Joseph. *The transformation of cultural dependency: the decline of american influence on the brazilian television industry*. Thesis, The Fletcher School of Law and Diplomacy, EUA, April, 1981, p.82

<sup>6</sup> Herz, Daniel. *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Tchê, 1987

<sup>7</sup> Mello e Souza, Cláudio. *15 anos de história*. Rio de Janeiro, Rio Gráfica, 1984, p.22

No caso do jornalismo de TV, o exemplo da influência poderia ser buscado num dos mais importantes telejornais da história da comunicação eletrônica do Brasil, o **Repórter Esso**. É possível detectar e aceitar que o programa tinha fortes colorações norte-americanas no seu processo de produção. A primeira evidência é a de que a agência de notícias que fornecia as notícias -de forma exclusiva- e que também era a produtora do telejornal era a norte-americana **UPI** ("United Press International")<sup>8</sup>. A segunda, é o fato de que o programa foi encomendado à agência McCann Erickson -uma agência multinacional-, por outra multinacional, a Esso. E terceiro, porque tinha num similar norte-americano, o **The Esso Reporter**, o seu modelo original, conforme modelos e princípios historiados por Edward Bliss Jr. no livro *Now the News-The story of broadcast journalism*<sup>9</sup>.

Na produção desse telejornal, "o padrão de qualidade exigido era tão grande que até mesmo com a UPI -a agência de notícias que abastecia o programa em suas cinco edições diárias- a McCann Erickson era rigorosa"<sup>10</sup>. Outra evidência da influência norte-americana era o 'slogan' do programa: 'testemunha ocular da história', que, de acordo com Antonio Praxedes, tinha sido cunhada por Emil Farhat<sup>11</sup>. Descobrimos que esse subtítulo tinha sido o nome de uma série de programas de telejornalismo nos EUA, chamada *Eyewitness to History*, produzida pela CBS, quando da visita de Nikita Krushev aos EUA, em setembro de 1959<sup>12</sup>. E, na forma contraída de 'Testemunha Ocular', este tinha também sido o título de um programa chamado '*Eyewitness*', da própria CBS, apresentado semanalmente no horário nobre, em 1960, com Charles Kuralt, uma das históricas personalidades do jornalismo eletrônico dos EUA.

Tradicionalmente, os telejornais tinham 15 minutos de duração e eram veiculados às 7 horas da noite, nos EUA. Em 1963, a CBS inaugurou o primeiro telejornal com meia hora de duração numa rede de televisão. E apresentou Walter Cronkite como Editor-Chefe do Notícias CBS, consolidando a figura do âncora. Na década de 80, os principais telejornais das redes norte-americanas foram deslocados para as 6:30 horas da tarde, onde permanecem até hoje (é oportuno lembrar que o horário nobre vai das 7:00 às 11:00 horas da noite). Hoje, os principais âncoras são Dan Rather, na CBS; Peter Jennings, na ABC e Tom Brokaw, na NBC.

---

<sup>8</sup> Uma empresa norte-americana -que, de acordo com Read, William H. *America's Mass Media Merchants*. Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1976, pp.109 e 110- "é uma rede de comunicação que cobre 1,2 milhão de milhas em todas as partes do mundo levando 4,5 milhões de palavras por dia, mais centenas de imagens e reportagens especiais, com 238 escritórios em 62 países, empregando 10 mil jornalistas e técnicos, em tempo integral e 'free-lancers'

<sup>9</sup> Bliss Jr., Edward. *Now the news-The story of broadcast journalism*. New York, Columbia University Press, 1991, p.222

<sup>10</sup> O dia em que a testemunha calou. Imprensa, janeiro de 1988, p.12

<sup>11</sup> Praxedes, Antonio. *Dava gosto ouvir o Repórter Esso*. Revista de Comunicação, Ano 4, nº.16, 1988, p.24

<sup>12</sup> Barnouw, Erik. *Tube of plenty-The evolution of american television*. New York, Oxford University Press, 1990, p.250

O Brasil demorou a adotar a figura do âncora nos seus telejornais, apesar de sempre estar muito próximo dos modelos que a televisão norte-americana adotava. A alguns profissionais são creditados méritos por terem atuado como âncora. Com relação a esse modelo de apresentação de telejornal e de atuação profissional, a jornalista Marília Gabriela -também considerada (erradamente) âncora de telejornal- confirma a origem da prática brasileira: "o primeiro modelo é o americano, mas o nosso é a pálida sombra do que eles fazem lá. O âncora nos EUA é o dono do pedaço, o cara até contrata e demite funcionários"<sup>13</sup>. Decididamente, a primeira manifestação do estilo foi experimentada pelo jornalista Carlos Nascimento, no curto período em que esse profissional atuou na TV Cultura de São Paulo, durante 1989.

Entretanto, em artigo na revista *Imprensa*, Carlos Nascimento concorda que "o SBT é a primeira rede a lançar um *anchorman* às sete da noite .... A verdade é que o surgimento (tardio) do *anchor* traz à tona a realidade do nosso telejornalismo. Com exceções, esse é um setor extremamente carente da TV brasileira. Sobretudo quando se sabe que a maioria da população se informa e se orienta pela telinha"<sup>14</sup>.

Passados alguns anos, é possível reconhecer que a mais sólida expressão do modelo original na televisão brasileira é, realmente, aquela encarnada pelo jornalista Boris Casoy, âncora do **TJ Brasil**, no SBT. Carlos Eduardo Lins da Silva parece concordar com o raciocínio e crê que a melhor expressão do modelo norte-americano realmente é Boris Casoy. Para ele, "a função de âncora na TV americana é tradicional. O jornalista Walter Cronkite, da rede CBS, foi quem melhor tipificou o personagem. ... o Cronkite brasileiro, quem dá identidade nacional à função é Boris Casoy"<sup>15</sup>.

A decisão de adotar os princípios de ancoragem implantados nos EUA surgiu, de forma institucionalizada, com a decisão dos diretores de jornalismo do SBT em oferecer tal função ao jornalista Boris Casoy. É o próprio Boris quem confirma que "a ideia do Marcos Wilson e do Luiz Fernando Emediato ... era utilizar o modelo norte-americano de âncora, que não existia no Brasil. Começamos a ver fitas de telejornais americanos, a observar os âncoras, que eu particularmente conhecia, mas nunca tinha dado atenção mais aguda porque não sabia que um dia seria chamado a desempenhar aquele papel"<sup>16</sup>.

No estudo desses importantes personagens nos EUA (Dan Rather, Peter Jennings e Tom Brokaw), é possível elencar uma série de qualidades que os diferenciam dos outros profissionais e mesmo dos demais jornalistas de televisão. São características que passamos a descrever na sequência:

---

<sup>13</sup> Vieira, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent-São super-homens os jornalistas?*. São Paulo, Summus, 1991, p.79

<sup>14</sup> Nascimento, Carlos. *Anchor não é superman*. *Imprensa*, nº.12, agosto de 1988, p.16

<sup>15</sup> Silva, Carlos Eduardo Lins da. *Casoy deu identidade nacional à função*. Folha de S.Paulo, Ilustrada, 26 de agosto de 1990, p.E5

<sup>16</sup> Vieira, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent-São super-homens os jornalistas?*. São Paulo, Summus, 1991, p.72

1. Seus contratos, os relacionamentos com a rede, com os governos e suas vidas particulares são sempre noticiados pela mídia;
2. São profissionais confiáveis para o público telespectador. E passam imagem dinâmica na arte de relatar todos os assuntos, sobretudo aqueles quem envolvem a nação;
3. São respeitados em público e reverenciados aonde quer que vão;
4. São considerados personalidades e mesmo 'estrelas';
5. Para os telespectadores inspiram confiança, equilíbrio, segurança e honestidade;
6. São a face identificável das redes, seus 'logotipos-vivos';
7. Como no cinema, emprestam seus nomes para os títulos dos telejornais que dirigem e apresentam;
8. Representam o americano médio: casado, pai de 2 filhos, bem-sucedido, vida estável, confortável e independente. No melhor estilo WASP (branco, anglo-saxão e protestante);
9. São do sexo masculino;
10. Passam a imagem de estar 'bem com a vida', sem crises existenciais, cheios de energia, ambiciosos, atentos e enormemente competitivos. Procuram transmitir senso de autoridade, imbatível profissionalismo e equilíbrio;
11. Aparecem na televisão com imagem de tranquilidade, misturada com dose certa de seriedade. O nível da voz é muito perto do cochicho, como se estivessem numa igreja. Espelham ser muito bem-informados e,
12. Deixam subentendido que o telejornal é a sua imagem, tem sua marca, sua assinatura. Como se fosse sua propriedade.

Com relação à sua atuação interna, na função de Editor-Chefe dos telejornais, outras características são oportunas de serem elencadas:

- a. Indicam sua equipe e, principalmente, seu auxiliar mais próximo. Que normalmente é um Produtor Executivo de Jornalismo;
- b. Têm autoridade para desempenhar função ampla em todo o Departamento de Jornalismo da rede, sobretudo na área dos telejornais diários. Apesar das muitas atribuições -gerenciais, políticas e sociais- os forçarem a delegar boa parte de suas funções para seu imediato de confiança.

As principais funções desempenhadas no dia a dia são:

- b1. orientam os temas a serem cobertos no telejornal;
- b2. indicam, selecionam e mudam os conteúdos dos assuntos motivos de reportagens externas;
- b3. determinam a duração das reportagens;
- b4. definem conteúdo do texto de apresentação das reportagens;
- b5. designam repórteres para as coberturas especiais, da área de política e presidência do país e,
- b6. determinam a face política do jornal.

De outro lado, uma característica muito valorizada para um âncora nos EUA é a de que ele tenha extraordinária capacidade de improvisar, de falar espontaneamente na câmera. Afinal, eles são os âncoras de eventos importantes, como as Convenções Políticas, encontros de cúpulas e toda uma série de momentos especiais.

Na análise dos perfis dos âncoras norte-americanos, -menos Bernard Shaw, da CNN, que, por ser âncora de uma rede por cabos, ficou fora da nossa pesquisa-, é possível também agrupar outras características comuns aos três.

1. Começaram muito cedo na área do jornalismo. Normalmente no rádio, em pequenas cidades onde nasceram ou perto delas;
2. Trabalharam como correspondentes das redes nacionais em pequenas estações, fora dos grandes centros;
3. Tiveram grande experiência em coberturas internacionais. Normalmente, trabalharam como correspondentes e moraram durante anos no exterior. Dessa forma, conhecem tanto os principais líderes mundiais como os mais importantes cenários de ação no globo.
4. Passaram período como correspondente da rede na Casa Branca, em Washington, DC.
5. Têm imagem sedimentada na memória popular como esforçados e eficientes jornalistas que cobriram fatos importantes que aconteceram no país ou com cidadãos norte-americanos no exterior e,
6. Dessa forma, antes de serem eleitos âncoras dos telejornais em rede, são profundamente familiares e inspiradores de confiança para os telespectadores. São, portanto, muito conhecidos e admirados nos EUA .

Retornemos ao Brasil. Com relação à atuação de Boris Casoy -o âncora brasileiro que melhor e mais decididamente desempenha esse papel na televisão- podemos perceber que algumas das características aplicadas aos âncoras nos telejornais norte-americanos coincidem com o estilo e projeto editorial que Casoy imprime no seu telejornal. Carlos Eduardo Lins da Silva concorda que uma delas é a capacidade de ser acreditado pela audiência quando reconhece que "o melhor ... é Boris Casoy. Ele demonstra ser um apresentador seguro e formal, que transmite a imagem de credibilidade indispensável para o seu papel de âncora"<sup>17</sup>.

A credibilidade, segurança e formalidade destacadas por Lins da Silva vêm -como, aliás, é o caso de outros importantes jornalistas de televisão nos EUA- do período em que Casoy trabalhou na imprensa escrita. A larga experiência de Casoy no comando da Folha de S.Paulo, um dos mais importantes jornais do país, e sua atuação, como representante desse jornal nos primeiros debates políticos, reforçam esse conceito. De certa forma, Casoy representa um novo tipo de jornalista, que tendo vindo de um jornal impresso, não desprezou o poder de se comunicar usando a televisão como suporte. Como é o caso do famoso David Brinkley, de Robert MacNeil e de Jim Lehrer (estes dois últimos, do prestigiadíssimo **The MacNeil/ Lehrer Newshour**, do PBS -o *Public Broadcasting System*- considerado pela crítica um dos mais importantes programas de jornalismo na televisão dos EUA na atualidade <sup>18</sup>).

---

<sup>17</sup> Silva, Carlos Eduardo Lins da . *Com 'TJ Brasil', SBT parte hoje em busca do prestígio jornalístico*. Folha de S.Paulo, 29 de agosto de 1988, p.E4

<sup>18</sup> Head, Sydney e Sterling, Christopher. *Broadcasting in America-A survey of electronic media*. Boston, Houghton Mifflin Co., 1990, p. 321

A credibilidade que Boris Casoy passa aos telespectadores também é um ponto ressaltado pelo jornalista Albino Castro, para quem "a nível de credibilidade e de qualidade jornalística, em nada Casoy fica a dever a um Rather ou Jennings. Falta-lhe só mais rotação televisiva. Só. Colocado no ar no dia 29 de setembro (de 1988), o **TJ Brasil**, já na primeira semana de outubro atingia o histórico índice de 10% de audiência em São Paulo"<sup>19</sup>.

Entretanto, uma característica fundamental separa o âncora brasileiro dos seus similares norte-americanos. Trata-se do fato de Casoy emitir opinião própria, veiculada na clara forma de comentários, a partir de assuntos escolhidos pelo âncora dentro do telejornal. A partir da nossa pesquisa, de conversas informais com professores norte-americanos e com dois jornalistas de televisão da CBS, descobrimos que raramente um âncora -mesmo Walter Cronkite, de quem os norte-americanos têm muita saudade- emite ou emitiu opinião pessoal nos telejornais. As fontes pesquisadas revelaram que isto é basicamente impossível de acontecer nos principais telejornais dos EUA.

Todavia, torna-se necessário reconhecer que os âncoras, como controlam de forma extremamente acurada o que vai entrar -e como será mostrado- nos seus telejornais, exercem, de alguma forma, atuação opinativa no conteúdo desses programas. Nesse sentido, eles direcionam editorialmente os telejornais. Que, de uma forma ou de outra, representa a sua visão de mundo, sua forma de encarar os grandes problemas nacionais e mundiais e de valorização de um fragmento da realidade social que eles julgam ser o mais conveniente para os telespectadores.

Na definição da justificativa de inclusão de comentário, Boris afirma que a fórmula surgiu pela necessidade de se obter credibilidade no **TJ Brasil**. O que ele já tinha obtido na imprensa escrita e nos debates com os candidatos paulistas. Casoy afirma que "em alguns momentos pensou-se em voltar ao formato americano, onde a credibilidade não estava no comentário. Eu sempre acreditei que o grande diferencial - dos diferenciais- era o comentário. Internamente, a sedimentação do recurso do comentário foi traumática. Tudo por causa do poder. Como fiquei com o comentário, incomodei cenários do poder interno (ao Departamento de Jornalismo). Hoje eu sei que incomodei esses cenários de poder. Que eu não uso, não exerço".

Com relação à emissão de opinião por Casoy no seu **TJ Brasil**, o jornalista Alberico de Souza Cruz, Diretor de Jornalismo da Rede Globo, confirma que o recurso é inédito. "Conversei com Dan Rather, que é considerado o papa da ancoragem norte-americana, e disse-lhe que os âncoras no Brasil emitiam opinião. Ele levou um susto, ficou perplexo. Acho que o âncora está sendo mal-entendido no Brasil: ele explica, interpreta e dá subsídios aos telespectadores. Ele não opina"<sup>20</sup>. A posição do Diretor Geral de Jornalismo da Rede Globo é clara e sinalizadora dos caminhos que devem ser trilhados pela emissora líder de audiência. Torna-se importante reconhecer que

---

<sup>19</sup> Castro, Albino. *Uma revolução dentro da 'rivoluzione'*. Imprensa, nº.14, outubro de 1988, p.24

<sup>20</sup> Vieira, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent-São super-homens os jornalistas?*. São Paulo, Summus, 1991, p.67

difícilmente será possível a existência, na Rede Globo, de um âncora que receba o cargo de Editor-Chefe e tenha, por exemplo o **Jornal Nacional**, sob seu exclusivo comando. Como no caso norte-americano e, no Brasil, com Boris Casoy, no SBT.

O âncora do SBT revela perceber perfeitamente a delicadeza do seu tipo individualizado de atuação. Na realidade, a responsabilidade máxima pelo telejornal é dele próprio. Mas, qualquer exagero ou favorecimento, obviamente, poderá trazer problemas empresariais para Boris Casoy e também para o proprietário da rede. Analisando a questão, Casoy afirma que "eu sei que é uma responsabilidade (a emissão de opinião). E aí, tenho alguns parâmetros. ... Por exemplo, eu acho que não devo cometer loucura, e me acho medianamente equilibrado para não fazer loucura. Tenho algumas normas, que a meu ver, provocam alguma tolerância para com algumas coisas que eventualmente possam parecer agressivas. São normas de conduta que eu mesmo tracei, que têm dado resultado. ... Bom, primeiro eu não faço ataques de caráter pessoal, são desnecessários; segundo, eu defendo o estado de direito com absoluta clareza; terceiro, eu dou voz a todas as correntes, sem preconceitos a qualquer setor da sociedade; quarto, eu volto atrás para comunicar um erro e corrigi-lo; quinto, posso fazer elogios e críticas a qualquer fato e a qualquer pessoa, posso criticar uma ação do governo hoje e elogiar outra amanhã"<sup>21</sup>.

Em entrevista, Boris afirmou que "no comentário, eu me fixei. Eu não abri mão de fazer o comentário. Aí, a discussão passou a ser a de quantos comentários deveriam existir, etc. Uma discussão totalmente equivocada. Não era baseada em nenhum fato concreto"

Outra característica, que diferencia Boris Casoy do modelo de ancoragem implantado nos EUA, é a entrevista que ele costumeiramente realiza no programa. O que revela que o modelo adotado -, procurado ainda nos programas-piloto, antes do programa ir ao ar - desviou-se do padrão norte-americano e, visivelmente, tomou rumos próprios. É o próprio Casoy quem revela onde ocorreu o divórcio: "quando o jornal estava prestes a ir ao ar eu achei que a gente poderia incluir uma entrevista, que não é um hábito corriqueiro dos âncoras, e também alguns comentários ... A resposta foi muito forte e acabou se amalgamando uma atuação muito diferente da dos âncoras americanos"<sup>22</sup>.

Nossa pesquisa revelou que o modelo original norte-americano raríssimamente - ou melhor, basicamente nunca - emite opinião nos telejornais, conforme definem Goldberg e Goldberg<sup>23</sup>. Dessa forma, ele tampouco escreve texto com comentários, como é o caso do âncora brasileiro do SBT. No contato com a realidade da produção do **TJ Brasil**, constatamos que é o próprio Casoy quem escolhe os assuntos que receberão comentários e quem os redige. Entretanto, como seus colegas dos EUA, Casoy não se

---

<sup>21</sup> Vieira, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent-São super-homens os jornalistas?*. São Paulo, Summus, 1991, p.73

<sup>22</sup> Vieira, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent-São super-homens os jornalistas?*. São Paulo, Summus, 1991, p.72

<sup>23</sup> Goldberg, Robert e Goldberg, Gerald. *Anchors-Brokaw, Jeenings, Rather and the evening news*. New York, Birch Lane Press, 1990, p.70

encarrega da redação dos textos que vão introduzir as reportagens ou da supervisão da edição das reportagens que entram no programa. No dia-dia, Casoy delega essa tarefa ao seu auxiliar direto, o jornalista Dácio Nitrini. Como no modelo original norte-americano.

Na análise das evidências coletadas, nossa conclusão é a de que, apesar de ter adotado o modelo e padrão de apresentação dos telejornais dos EUA -numa clara demonstração de importação de uma manifestação cultural da indústria televisiva daquele país- no caso do âncora, o fenômeno, no Brasil, foi implantado de forma diferenciada e particular. No caso específico do padrão adotado por Casoy, esse profissional reconhece que "esse processo (de incluir a entre- vista e o comentário) não foi consciente. Foi um processo de adaptação. Como um ciclista resolvendo mudar o roteiro ao andar de bicicleta. Era um processo absolutamente empírico. Dizíamos: 'Vamos experimentar isso...?'. 'Que tal fazer aquilo...?'. Na realidade, foi um processo muito sem projeto. Já no ar, decidimos suprimir a entre- vista. Depois, os defensores daquela atitude mudaram, argumentando que tinham visto entrevistas na televisão na Europa, que poderiam ser, inclusive, realizadas duas entrevistas... Eu vivi esses períodos".

O modelo final foi a resultante dos "contínuos embates de forças" na procura do modelo que deveria perdurar. Basicamente travada entre o próprio Boris, Marcos Wilson, Luiz Fernando Emediato, Albino Castro e Dácio Nitrini, todos jornalistas com cargo de direção no SBT.

Por apresentar um estilo vibrante, apropriado, inovador e de sucesso, o estilo de Casoy tem provocado repercussão na mídia. O ensaísta Manoel Carlos escreveu no *Jornal da Tarde* que "ele (Boris Casoy) não se parece com ninguém, nem no Brasil, nem nos Estados Unidos. E conhecendo muito bem o que se faz nos *States*, posso garantir que ele é melhor"<sup>24</sup>.

De outro lado, a análise do perfil da vida profissional revela que, diferentemente dos congêneres norte-americanos, o âncora do SBT

- a) não teve experiência anterior em outras cidades (antes de assumir o posto);
- b) não trabalhou na capital federal;
- c) não teve experiência em outros estados e outros países.

Mas, realizou coberturas jornalísticas importantes (como responsável pelo 'Painel', na Folha de S.Paulo), como os âncoras dos EUA.

Entretanto, outras constatações diferenciam o âncora brasileiro do SBT dos procedimentos que propiciaram o surgimento e a atuação hoje do âncora nos EUA.

Fatores de clara individualização do formato brasileiro do modelo original, são:

- d) normalmente, acompanha as editorias;
- e) discute o 'Espelho' do jornal com seu assessor direto;
- f) interfere na definição de reportagens;
- g) eventualmente acompanha edições -sobretudo as mais delicadas matérias;
- h) não tem experiência em outras cidades (além de S.Paulo);
- i) nunca foi correspondente na Capital Federal;

---

<sup>24</sup> Carlos, Manoel. *Jornal da Bandeirantes: mudanças só na decoração*. *Jornal da Tarde*, outubro de 1990.

- j) não tem experiência (como jornalista de TV) em outras cidades;
- k) tampouco em outros estados e,
- l) muito menos no exterior.

Essas características -próprias do modo de produção da TV brasileira- somadas aos outros fatores que atomizam e individualizam o âncora brasileiro do SBT, realmente o diferenciam do modelo original. Se adicionarmos ainda o processo histórico da implantação do estilo na televisão brasileira -e no SBT-, os depoimentos dos pesquisadores, críticos e articulistas de jornais e profissionais da área agrupam-se fatores fundamentais que subsidiam nossa conclusão de que, realmente, o que o âncora Boris Casoy representa hoje no **TJ Brasil** é inovador e único. Tanto no contexto brasileiro quanto mundial.

Como Boris claramente reconhece ao afirmar que " ... realmente, descobro que o que eu faço é uma coisa nova, não tem semelhantes, nem base teórica"<sup>25</sup>.

A partir das evidências e da multiplicidade de pontos de referência teóricos e da prática profissional individualizada, podemos finalmente afirmar que o estilo de âncora existente hoje no SBT, com Boris Casoy, é um fenômeno jornalístico novo e pessoal, diferenciado das demais manifestações semelhantes. Existentes na atualidade -e aquelas que foram veiculadas no passado- no Brasil e no país berço do padrão, os EUA.

Exatamente como aconteceu com o jornalismo impresso. Como bem o demonstraram Marques de Melo e Lins da Silva.

---

<sup>25</sup> entrevista pessoal. SBT, 23 de julho de 1992

**BORIS CASOY, O ANCORAS BRASILEIRO  
E O MODELO NORTE-AMERICANO**

por  
**S.Squirra**  
**ECA/USP**

Paper apresentado no GT de Jornalismo do  
Congresso da Intercom, realizado no IMS em São Bernardo do Campo, em 17 de outubro  
de 1992

São Paulo, outubro de 1992