

Corpos midiáticos: padrões estéticos do telejornalismo brasileiro da TV aberta¹

Karen Barboza Santarem RODRIGUES²

Renata de Rezende RIBEIRO³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O artigo busca analisar os padrões estéticos dos jornalistas dos telejornais nacionais de sete emissoras de TV aberta brasileira, a partir de um levantamento realizado com inspiração cartográfica, que buscou observar raça cabelo, tipo físico, idade e sexo, no contexto da função ocupada em cada empresa televisiva. Além disso, o texto analisa a importância da diversidade e da representatividade de corpos nos telejornais. A partir de pesquisas bibliográficas e do levantamento do conteúdo inferiu-se que apesar das mudanças no telejornalismo brasileiro na última década, os padrões estéticos e a aparência física dos telejornalistas ainda são marcadas por características eurocêntricas e pela ausência de diferentes tipos físicos, de raça e de gênero, especialmente na apresentação dos telejornais.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; Cotidiano; Padrão estético; Corpo Midiático.

INTRODUÇÃO

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) sobre o módulo de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2021, a televisão é ainda um dos meios de comunicação mais importantes e presentes nas residências dos brasileiros. A pesquisa aponta que, dos quase 73 milhões de domicílios particulares permanentes do Brasil, em 95,5% havia televisão (IBGE, 2023). Segundo dados da Kantar IBOPE Media 2023, compilados pela Cross-Platform ViewTM, “apesar do grande consumo de conteúdo por celulares ou tablets, os aparelhos de televisão ainda são os mais usados pelos brasileiros para assistir vídeos online. De acordo com a pesquisa, cada brasileiro consome, em média, 3,3 horas diárias de conteúdos televisivos. O modelo audiovisual de transmissão de informação tem preferência entre os brasileiros em relação às outras formas jornalísticas, como a impressa e a radiofônica, uma vez que o aparelho

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense, email: karensrodrigues@gmail.com.

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense, email: renatarezende@id.uff.br.

televisivo já se tornou pertencente ao cotidiano das pessoas e está presente na maioria das residências.

Em consonância com a transformação tecnológica, a maneira de se fazer televisão se modificou ao longo dos anos. Com isso, a imagem dos âncoras e apresentadores tornou-se ainda mais carregada de simbolismos e representações de grupos sociais. No início dos anos 1950, os telejornais só eram apresentados por homens brancos, magros, de classe média, com cabelos lisos e com mais de 40 anos de idade. Assim como no mercado de trabalho, no telejornalismo, a participação das mulheres como apresentadoras, âncoras e repórteres, passou a ser mais frequente a partir dos anos 1980. Como afirma Naomi Wolf, “ao paternal apresentador reuniu-se uma locutora muito mais jovem com um nível de beleza profissional” (Wolf, 2020, p. 58).

Ao longo dos anos, principalmente no século XXI, a diversidade no telejornalismo tornou-se uma necessidade e demanda social, uma vez que é um produto imagético presente na maioria das residências brasileiras através da mídia televisiva, como apontado pelas pesquisas do IBGE e Kantar IBOPE Media situadas anteriormente.

Neste texto, partimos da hipótese de que, apesar de todas as mudanças no telejornalismo, com as transformações imagéticas e o aumento da diversidade e da representatividade na apresentação dos telejornais e na produção das reportagens nos últimos anos, os padrões estéticos e a aparência física dos jornalistas de TV ainda são marcadas por características eurocêntricas, ou seja, um corpo magro, branco, de cabelo liso e jovem, além de haver uma ausência de diferentes tipos físicos, raças e gêneros ocupando, principalmente, as bancadas dos telejornais.

Diante disto, este trabalho tem como o objetivo geral analisar os padrões estéticos dos telejornalistas das principais emissoras de televisão aberta do país. Além disso, tem-se como objetivo específico analisar a importância da diversidade e da representatividade de corpos nos programas telejornalísticos, principalmente nos cargos de apresentação dos telejornais.

METODOLOGIA

Para a pesquisa será aplicada uma combinação metodológica que inclui trajeto bibliográfico, vestígios midiáticos e levantamento de inspiração cartográfica dos jornalistas da televisão aberta do país. Ao todo, foram selecionados 227 telejornalistas de 19 telejornais nacionais de sete emissoras da TV aberta brasileira, para a análise do padrão

estético, que buscou observar as tipologias: raça, cabelo, tipo físico, idade, sexo, além do cargo ocupado na emissora.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta pesquisa se inicia com um breve panorama do telejornalismo e da televisão atual no cotidiano brasileiro, a partir do diálogo com Michel Certeau (2004), no contexto do fenômeno da midiaticização (Sodré, 2014) e seu impacto no fazer jornalismo de Tv neste início de século XXI. Em seguida, apresentamos o levantamento com inspiração cartográfica realizado para mapear os principais telejornalistas da televisão aberta brasileira, a partir das características raça, cabelo, tipo físico, idade, sexo, além do cargo ocupado em cada emissora estudada. A partir dos achados, realizamos uma reflexão teórica sobre os “corpos midiáticos”, baseada nas problematizações de Denise Siqueira (2015) e de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) sobre a hiperespetacularização dos telejornalistas.

ANÁLISE

Por estar presente em áudio e vídeo e se adaptar a tecnologia dos *smartphones* e das plataformas de *streaming*, o telejornalismo permaneceu integrado no cotidiano dos brasileiros, mesmo com as diferentes mudanças de tela.

Alimentado por acontecimentos ordinários, o telejornal é um produto que também funciona como instrumento de produção de sentido do cotidiano. Esta “construção da realidade diária” opera em um contexto polifônico que, além de abrigar a participação do público e a mediação da tecnologia, também passa por distintos atores, presentes internamente no processo de produção da notícia, no qual atuam diferentes agentes, como jornalistas, especialistas e empresa (Rezende; Ghetti, 2018, p. 178).

A partir do processo retroalimentar em que os telejornais produzem, simultaneamente, sentido para o cotidiano e com base na vida cotidiana, pode-se inferir que no século XXI, com a ascensão da internet e das mídias sociais digitais e do processo de convergência midiática, a linha que separa e diferencia o cotidiano e a mídia tornou-se bastante tênue, uma vez que a vida cotidiana sofreu um atravessamento da mídia estruturante, deste modo, tornando-a midiaticizada.

Além da produção de significados no cotidiano, através de experiências estéticas, o telejornalismo interage com a vida ordinária e auxilia na construção social da realidade

por meio do agendamento de pautas e da criação de um entorno cognitivo. Segundo Sodré, “a mídia é estruturadora ou reestruturadora de percepções e cognições, funcionando como uma espécie de agenda coletiva” (Sodré, 2002, p. 26). Nesse contexto, estabelece-se uma relação entre os telespectadores e os telejornalistas, no qual os receptores recebem a informação que os emissores transmitem pelo noticiário. De acordo com Sodré, essas relações sociais constituídas através da mídia e do desenvolvimento acelerado dos processos de convergência midiática pode ser denominada como midiatização, uma elaboração conceitual para dar conta dessa nova instância de orientação da realidade de interação virtual ou simulativa de vida (Sodré, 2014, p. 107).

Com isso, as relações mediadas discursivamente entre os sujeitos, telespectador e telejornalista ficaram ainda mais próximas. A imagem que o telejornalista transmite ao telespectador torna-se mais influente e representativa. Assim, com o intuito de analisar os padrões estéticos dos jornalistas dos telejornais nacionais das emissoras de TV aberta brasileira, foram selecionados 227 telejornalistas de 19 telejornais nacionais de sete emissoras da TV aberta brasileira. As emissoras TV Globo, Rede Record, Sistema Brasileiro de Televisão, Rede Bandeirantes, TV Brasil, RedeTV! e TV Cultura foram escolhidas para análise por fazerem parte da TV aberta e liderarem o *ranking* das emissoras com as maiores audiências do país, segundo o *ranking* de Ibope das televisões abertas de outubro de 2022 da Kantar IBOPE Media.

Para a análise do padrão estético, a pesquisa buscou observar as tipologias: raça, cabelo, tipo físico, idade, sexo, além do cargo/função dos telejornalistas nas emissoras. Verificou-se que os repórteres dos telejornais são um pouco mais diversos em questão de raça, tipo físico, cabelo e idade do que os âncoras e apresentadores, apesar de a maior parte se encaixar nos padrões estéticos eurocêtricos. Em relação às raças, analisadas segundo a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 168 repórteres da TV aberta brasileira, 155 são brancos, sendo 89 homens e 66 mulheres; 5 homens são negros, 3 mulheres são negras, totalizando 8 negros; 1 homem é amarelo ou descendente de familiares amarelos e 3 mulheres são amarelas ou descendente de familiares amarelos, o que totaliza 4 da raça amarela. Sobre o tipo físico, 62 repórteres são considerados magros, sendo 28 homens e 34 mulheres; 105 possuem corpos medianos, dentre eles, 63 homens e 42 mulheres, e apenas 1 homem é gordo, não há mulheres repórteres gordas. Em relação ao tipo de cabelo, 143 possuem o cabelo liso,

sendo 80 homens e 63 mulheres; 11 possuem o cabelo cacheado, 2 homens e 9 mulheres; 7 possuem o cabelo ondulado, sendo 3 homens e 4 mulheres.

Em comparação às outras emissoras analisadas no levantamento, a TV Globo é a que tem maior diversidade racial em comparação aos outros canais da televisão aberta, com 10 jornalistas pretos e 2 amarelos. Já em relação ao cargo de âncora, segundo os gráficos do levantamento, na TV aberta, o número de homens e mulheres é similar, entre um a dois por canal, sendo que na TV Globo há mais mulheres do que homens âncoras. Na Tv Band e na Tv Record a quantidade de homens e mulheres âncoras é a mesma, já no SBT e na Tv Cultura não há mulheres âncoras, e na RedeTV! e na TV Brasil não há telejornalistas âncoras. No cargo de apresentadores, há mais homens do que mulheres na TV Globo, no SBT, na Tv Band, na RedeTV! e na Record, a quantidade de apresentadores homens e mulheres é igual, e, na TV Cultura, a quantidade de mulheres apresentando telejornais nacionais é maior do que a de homens. O número de homens repórteres é maior do que de mulheres na TV Globo, na Band, na RedeTV!, enquanto no SBT, na Record e na TV Brasil a quantidade de mulheres repórteres é maior. Apenas na TV Cultura que a quantidade de homens e mulheres repórteres é igual.

É possível observar, segundo os dados apresentados que, a partir da distribuição etária entre telejornalistas, de acordo com sexo e emissora, a maioria das mulheres na TV aberta são mais jovens do que os homens, de acordo com as faixas etárias levantadas na pesquisa. Em relação ao tipo físico, analisado com base na aparência tanto nos telejornais quanto nas redes sociais, como o *Instagram*⁴, e de acordo com a Escala de Silhueta de Kakeshita e colaboradores (2009), verificou-se que há mais mulheres com corpos magros do que homens e mais homens com corpos medianos do que mulheres. Há apenas três profissionais de vídeo gordos na televisão aberta, todos homens, dois no SBT e um na Tv Band. Também é possível indicar, de acordo com a pesquisa, que a maioria dos profissionais de vídeo da televisão aberta possui cabelo liso, mas os cabelos cacheados e ondulados também estão presentes em todas as emissoras.

CONCLUSÃO

⁴ *Instagram* foi escolhido neste trabalho como uma das ferramentas de análise dos corpos dos telejornalistas por termos fácil acesso às fotos e aos vídeos pessoais deles, por meio dos quais é possível ter uma nova perspectiva sobre a aparência física deles.

A partir da pesquisa constatou-se que, apesar de todo o avanço que o telejornalismo brasileiro passou, principalmente na última década do século XXI, em relação à diversidade e representatividade, com a inclusão de mais jornalistas amarelos, pretos, com cabelos cacheados, ondulados e trançados, com corpos medianos ou gordos, ainda assim, os padrões estéticos e a aparência física dos telejornalistas ainda são marcadas por características eurocêntricas, o que corrobora com os padrões estéticos e não representa grande parte da população brasileira, além de haver uma ausência de diferentes tipos físicos, raças, gêneros na apresentação dos telejornais. Compreende-se, então, que este trabalho se torna um diagnóstico que pode contribuir com políticas para mudar o padrão estético e imagético presente na televisão e com a ampliação da diversidade nas redações telejornalísticas.

REFERÊNCIAS

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis, Editora Vozes, 2004.

IBGE. Informações atualizadas sobre tecnologias da informação e comunicação. **IBGEeduca**, 2023. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/21581-informacoes-atualizadas-sobre-tecnologias-da-informacao-e-comunicacao.html>>. Acesso em: 06 de março de 2023.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Video 2023**. Kantar IBOPE Media, 2023. Disponível em: <<https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-video-2023/>>. Acesso em: 23 de março de 2023.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 1ª ed., 2015.

REZENDE, Renata. GHETTI, Mariana. A produção telejornalística cotidiana no tempo de redes sociais digitais.: os usos dos WhatsApp no RJTV. **Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**, ano XXI, n. 42. jul./dez. 2018.

SIQUEIRA, Denise. “Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação”. IN: SIQUEIRA, Denise (Org.). **A construção social das emoções: Corpo e produção de sentidos na Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015. pp. 15-35.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 9ª ed. 2020.