

A Padronização Estética das Apresentadoras dos Principais Telejornais Brasileiros¹

Fernanda Leite AURELIANO²

Fernando Firmino da SILVA³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

Resumo

Este artigo reflete questões sobre como a mulher apresentadora de telejornal no Brasil pode contribuir na perpetuação dos conceitos de beleza definidos pela sociedade contemporânea e na percepção de um padrão estético para a figura da mulher nas bancadas do telejornalismo. Partindo da análise das apresentadoras ou âncoras que atuam em um dos 10 telejornais mais assistidos na televisão brasileira, o trabalho objetiva caracterizar esse padrão estético feminino dominante nos respectivos telejornais. Para tanto, contextualiza-se a análise a partir de um entendimento histórico, social e cultural do papel destas profissionais e de como a sociedade interpreta seus discursos. Espera-se, com a discussão e os dados, lançar questões problematizadoras e indicar desdobramentos em torno da representação modelar da mulher no telejornal brasileiro.

Palavras-chave: Telejornalismo; comunicação; estética; consumo simbólico; mulher.

Introdução

Ao longo dos séculos, o ideal de beleza do corpo feminino sofreu várias mudanças: desde as figuras colunares gregas, passando para delicadeza da mulher medieval, indo para as formas carnudas do renascimento, e chegando ao corpo magro e esguio do contemporâneo. Percebe-se, então, que o culto ao corpo não é algo que surgiu com a mídia, embora o século XXI esteja marcado pela sua super-valorização. Sendo assim, a mídia - em especial a publicidade - é alvo constante de críticas por propagarem e incentivarem de forma massiva um arquétipo feminino de beleza.

Ainda que o telejornalismo tenha tendências a se manter discreto no que se refere à aparências, os padrões estéticos construídos socialmente também podem ser observados na maior parte das apresentadoras dos principais telejornais brasileiros. A beleza na sociedade é considerada uma virtude e sinônimo de agradabilidade. De acordo com Lima e Queiroz

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: fernandaleite@live.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo - UEPB, email: fernando.milanni@gmail.com

(2009), a primeira pessoa a criar essa relação entre beleza e benignidade foi o filósofo grego Kalos kal Agathos, que ao introduzir o conceito de ‘kalokalagathia’ (no qual associa a beleza como um indicador de virtude) conseguiu perpetuar essa ideia ao longo de vários anos, sociedades e valores.

Fica a questão para problematizarmos a discussão: como o jornalismo, em particular o telejornalismo, apropria-se desse padrão de beleza para estabelecer um modelo para as apresentadoras perpetuando esse conceito? Este artigo propõe uma discussão à respeito do discurso indireto reproduzido pelas grandes emissoras de telejornais através da escolha das jornalistas que podem assumir a apresentação dos telejornais líderes em audiência no Brasil em 2014, de acordo com dados fornecidos pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM). Além de discorrer sobre a importância do papel do apresentador e as diversas formas de influência no âmbito social causadas por esse profissional.

Devemos lembrar que a televisão é um meio de comunicação amplamente utilizado no país e cuja presença dentro dos lares brasileiros cresce continuamente. Segundo o IBGE (2010), em 2010, os aparelhos televisivos estavam presentes em 95,1% das casas, enquanto os rádios estavam em 81,4%. Sendo que nos anos 2000, 87,4% dos domicílios possuíam um rádio em casa contra 87,0% de aparelhos televisores.

Apesar da televisão ter chegado ao país nos anos 50 através da TV Tupi, só em 1996 uma mulher conseguiu assumir o posto de apresentadora de um telejornal com visibilidade. A responsável por esse feito, Lillian Witte, que permaneceu no Jornal Nacional por dois anos, sendo substituída por Fátima Bernardes, esposa do já então apresentador do JN, Willian Bonner. Em 2014, pela primeira vez e em homenagem às mulheres no dia 8 de Março, as jornalistas Patrícia Poeta e Sandra Annenberg apresentaram o Jornal Nacional juntas, mas nenhuma mulher negra jamais subiu a esta bancada. O fato é que a televisão, como meio de comunicação, já está completamente inserida na vida social realizando recortes da realidade de uma forma mais atraente para o telespectador.

Na televisão, o jornalismo transmite os acontecimentos como se fossem um show. A vida mundana dos mortais se enche de palácios, belas mulheres, ótimas bebidas, homens saudáveis e atléticos, misturados com tragédias, assassinatos brutais e guerras. (...) O espectador é apenas testemunha, plateia, tem proximidade imaginária, mas não é um dos atores da peça que a tele realidade encena. (...) É uma proximidade falsa, imaginária, onde se estabelece a contradição: O telespectador faz parte e

não é parte, ou melhor, faz parte, mas não participa. (LUSTOSA, 1996, p. 96-97)

Diante do fenômeno da televisão na sociedade, é pertinente pensar sobre como a mulher é retratada por essa realidade tendo em vista a influência que essa perspectiva tem no estabelecimento de conceitos e de padrões seja de beleza ou de cultura. Na sequência, exploramos dados sobre o papel da televisão na formação da opinião pública e como esfera pública e tem sido a inserção feminina nos telejornais brasileiros na condição de apresentadoras ou âncoras.

Âncora x Apresentador: jornalista ou celebridade?

No telejornalismo brasileiro há uma distinção clara entre âncora e apresentador. O último sempre esteve mais presente, principalmente na programação da Rede Globo. O âncora é um modelo que foi implementado a partir de 1988 por Boris Casoy através do Telejornal Brasil, transmitido pela SBT, precedido nesse papel apenas por Joelmir Beting da Rede Bandeirantes, mas que não obteve tanto prestígio quanto Casoy (SILVA, 2009). O âncora se caracteriza pela possibilidade de opinar, de emitir juízo de valor sobre determinadas notícias como ficou clássico os comentários de indignação de Boris Casoy com o: “isto é uma vergonha!”. O público respondeu positivamente à novidade no noticiário de Casoy, causando o aumento instantâneo da audiência do telejornal e fazendo com que as outras emissoras passassem a adotar outros estilos de apresentação também. (TOLENTINO; SOUZA, 2014)

Apesar da semelhança e dos termos âncora e apresentador de telejornal serem usados como sinônimos por alguns, determinadas características diferem os trabalhos desses profissionais. O apresentador funciona como uma espécie de “locutor” de notícias, apenas apresentando-as, enquanto o âncora além de apresentar a informação, as interpreta e se posiciona a respeito.

É nesse processo de delegação de voz, orientado por uma intercambialidade de posições, que o apresentador define o seu papel enunciativo: funciona como uma instância de ancoragem actancial, articulando os distintos atores da enunciação do nível enunciativo englobado com o nível englobante (FECHINE, 2008, p.71).

O papel deste profissional dentro do telejornalismo é fundamental, pois ele é o responsável por, além de conduzir o jornal, narrar, chamar e comentar as notícias em curso. A origem do termo “âncora”, neste sentido específico, foi utilizado pela primeira vez para

fazer menção ao trabalho de Walter Cronkite durante a convenção pré-eleitoral do Partido Democrata dos Estados Unidos em 1952 (SILVA, 2009).

Pela visibilidade que possuem em suas funções, os âncoras e apresentadores precisam possuir algumas características específicas, pois a credibilidade do telejornal irá depender de seus discursos desenvolvidos direto ou indiretamente. Entretanto, esse discurso apresentado pelo jornalista em questão não é apenas o falado, é também a forma como ele se comporta, como se veste, seu aspecto físico e ademais linguagens corporais.

O conjunto envolvendo postura, boa aparência e desenvoltura do apresentador traz sua contribuição, mas a linguagem e a forma de narrativa utilizada terão uma função especial na dinâmica de atrair a atenção de quem está ouvindo e assistindo ao programa. Por isso que é preciso causar boa impressão desde o princípio, para manter o telespectador atento ao telejornal (BRITTOS; RÜHEE, 2007, p. 53).

Por outro lado, o vínculo estabelecido entre apresentador e público é fruto da criação de uma relação íntima e diária entre ambos, fortalecendo o grau de confiança dos telespectadores nas informações perpassadas. Segundo Brittos e Rühee (2007), o “olá” dito pelo âncora assim que se inicia o programa, além de fatores como o enquadramento de câmera mais fechado que traz uma sensação de proximidade maior, são alguns dos atos responsáveis por essa intimidade instituída.

Entretanto, essa relação de intimidade pode atravessar as barreiras do campo da confiança, tornando-se admiração pelo papel que esse profissional executa, acabando por transformá-lo numa estrela, como se seu papel no programa fosse artístico ao invés de informativo. Nesses casos os jornalistas passam a ser considerados celebridades e tornam-se também notícia.

Os telejornais passam a ocupar um espaço basilar na produção de informações, os apresentadores também ganham um novo status. Alçados à categoria de estrelas, esses jornalistas têm a vida devassada em revistas e jornais e, assim como artistas celebridades, fazem editoriais de moda, abrem a intimidade de suas casas e festas e se tornam assíduos frequentadores de colunas sociais e de fofocas. Deixam de ser os produtores da informação para ser a própria notícia (HAGEN, 2008 p. 30).

Nesse contexto, o jornalista acaba por virar mercadoria para setores como o de entretenimento. Bauman (2008) propõe que as pessoas “são, simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores” (BAUMAN, 2008, p. 13). De acordo

com ele, nesse processo de autotransformação em mercadoria “remodelam a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter atenção e atrair demanda de fregueses.” (BAUMAN, 2008, p. 13).

A mulher apresentadora dos telejornais como referência do público

No contexto colocado de consumo de informações através dos apresentadores e âncoras como mediadores, está a mulher apresentadora. Qual a retórica posicionada para o seu papel no telejornalismo? Para Cristina Costa (2002), a retórica das relações sociais se baseiam no contraste das imagens recíprocas, que se compreendem e se opõem. Essa imagens são parte da cultura da sociedade brasileira e refletem suas predileções. Reafirmando isso, Debord (2003) diz que na sociedade do espetáculo, as imagens, sob todas as formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo – constituem o modelo atual de vida dominante na sociedade. Este espetáculo se apresenta como indiscutível e grandioso, exigindo uma aceitação passiva guiada pelo monopólio da aparência.

Portanto, se a sociedade e suas relações derivadas se baseiam em imagens cujas representações são reflexos das próprias predileções sociais, pode-se dizer que o corpo apto ao telejornalismo é aquele que já obedece a uma série de fatores pré-determinados e que fazem parte de um estereótipo social aceito pelo público.

De acordo com Baudrillard (1991) a eficácia no trabalho se demonstra insuficiente na conjuntura atual, pois a forma física e a elegância são igualmente exigidos. Ainda segundo o autor, a beleza é uma forma de capital simbólico e constitui um imperativo absoluto pelo fato de reduzir todos os valores concretos do corpo a um valor de permuta funcional. Passando, assim, a pertencer não mais a nós mesmos, mas ao mercado (BAUDRILLARD, 1995).

Sendo assim, os corpos precisam estar à total disposição do mercado, obedecendo regras e se enquadrando em determinados padrões estéticos a fim de que a notícia não se perca e nem o público reaja com estranhamento ao corpo mediador das informações oferecidas durante o telejornal. Para isso, é necessário se enquadrar dentro do conceito de belo segundo as definições sociais.

Em uma pesquisa feita por Miriam Goldenberg com mais de 1.200 homens e mulheres, a estudiosa concluiu que “as mulheres que se destacam são magras, loiras, de

cabelos longos e lisos, lindas e carinhosas” (GOLDENBERG, 2005, p. 72). Este é o retrato da estética socialmente aceita no contexto atual, o padrão europeio de beleza. Em contrapartida, Freyre (apud GOLDENBERG, 2005) critica esse posicionamento social de enaltecimento da beleza europeia, indicando o padrão brasileiro de beleza como outro, o da miscigenação.

Freyre (1987) apontava como modelo de beleza da brasileira a atriz Sônia Braga: baixa, pele morena, cabelos negros, longos e crespos, cintura fina, bunda ("ancas") grande, peitos pequenos. Dizia, com certo tom de crítica, que este modelo de brasileira estava sofrendo um impacto norte-europeizante ou albinizante, ou ainda ianque, com o sucesso de belas mulheres como Vera Fischer: alta, alva, loira, cabelos lisos, com um corpo menos arredondado (GOLDENBERG, 2005, p.65).

De acordo com dados do IBGE de 2010, aproximadamente 44,2% da população brasileira se autodeclara parda ou mestiça, ou seja, o Brasil é majoritariamente formado pela miscigenação das raças negra, branca e indígena. Sendo assim, o conceito de belo não se aplica à sociedade real, pois a mistura da ancestralidade dos brasileiros e suas respectivas características não condizem com as referências de beleza atuais.

O Padrão Estético Feminino nos Telejornais

O nosso trabalho constitui-se na análise do padrão de beleza que se estabelece para as mulheres nos telejornais. Para tal, delimitamos o estudo a partir da Pesquisa Brasileira de Mídia, divulgada pela SECOM -Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República- em 2014⁴ em que aponta os dez telejornais mais assistidos: Jornal Nacional, Jornal da Record, Cidade Alerta, Jornal Hoje, Balanço Geral, Globo Esporte, Jornal da Band, Jornal da Globo, Bom Dia Brasil e Brasil Urgente. Dentre estes, seis possuem mulheres como apresentadoras fixas em suas bancadas, Brasil Urgente, Balanço Geral e Cidade Alerta são apresentados unicamente por homens, já o Globo Esporte é apresentado em forma de rodízio dentre vários jornalistas diferentes.

Neste caso vamos nos concentrar nos telejornais que possuem mulheres em suas bancadas. Atualmente, nos jornais analisados, atuam as seguintes apresentadoras: no Jornal Nacional, Renata Vasconcellos; no Jornal da Record, Adriana Araújo; no Jornal Hoje, Sandra Annenberg; no Jornal da Band, Paloma Tocci; no Jornal da Globo, Chirstiane Pelajo e no Bom Dia Brasil, Giuliana Morrone.

⁴ Disponível em <http://www.fndc.org.br/publicacoes/pesquisas-e-relatorios/pesquisa-brasileira-de-midia-2014-habitos-de-consumo-de-midia-pela-populacao-brasileira/> acesso em 12 de maio de 2015

Para a análise, foram observadas as apresentações do telejornais supracitados durante o período de um mês, dentre os dias 10 de Junho a 10 de Julho. Sendo desconsiderada a presença de apresentadores substitutos, os quesitos em análise são: cortes, cores e tipos de cabelo; idade real e idade que aparentam ter, além de porte físico. Em verdade, outras categorias também poderiam entrar na análise para compor o enquadramento, entretanto limitamos nessas categorias específicas por compreendermos que são as centrais para delimitar um padrão de beleza, conforme vimos discutindo.

Figura 1 - Apresentadora Renata Vasconcellos do Jornal Nacional



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Jornal Nacional de 10/06/2015.
 Data de captura: 11 de Julho de 2015

A primeira apresentadora a ser analisada é Renata Vasconcellos (figura 1), que divide a bancada do Jornal Nacional com Willian Bonner desde Novembro de 2014. A jornalista têm 47 anos⁵, mas aparenta ser bem mais jovem, é branca, cabelo liso, castanho e na altura dos ombros, além de não aparentar estar acima do peso.

Figura 2 – Apresentadora Adriana Araújo do Jornal da Record



⁵ Disponível em http://www.purepeople.com.br/famosos/renata-vasconcellos_p3085 acesso em 11 jul. 2015

Fonte: Captura feita pela autora de frame do Jornal da Record de 19/10/2014.
Data de captura: 11 de Junho de 2015

Na segunda análise, temos Adriana Araújo (figura 2), âncora do Jornal da Record com o jornalista Celso Freitas e está no cargo desde 2013. A apresentadora têm 39 anos⁶, apesar de aparentar ter uma idade ligeiramente menor, é branca, cabelos lisos, castanhos e na altura dos ombros e, assim como Renata Vasconcellos, não aparenta estar acima do peso.

Figura 3 - Apresentadora Sandra Annenberg do Jornal Hoje



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Jornal Hoje de 02/07/2015
Data de captura: 11 de Julho de 2015

A terceira jornalista analisada é Sanda Annenberg (figura 3)⁷, que juntamente com Evaristo Costa apresenta o Jornal Hoje da Rede Globo desde 2003. Possui 47 anos e também parece ser mais jovem. O cabelo é liso e castanho, mas o corte é curtíssimo e não aparenta estar acima do peso.

Figura 4 - Apresentadora Paloma Tocci do Jornal da Band



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Jornal da Band de 23/06/2015.
Data de Captura: 11 de Julho de 2015

⁶ Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Adriana_Ara%C3%BAjo acesso em 11 jul. 2015

⁷ Disponível em http://www.purepeople.com.br/famosos/sandra-annenberg_p3315 acesso em 11 jul. 2015

Seguindo a análise, Paloma Tocci (figura 4) é a quarta âncora em questão e divide a bancada com Ricardo Boechat, no Jornal da Band, desde janeiro deste ano. Com 32 anos⁸, a apresentadora parece ser bem mais jovem, possui cabelos longos, castanhos e lisos e é a única parda, além de também não estar acima do peso.

Figura 5 - Apresentadora Christiane Pelajo do Jornal da Globo



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Jornal da Globo de 02/07/2015. Data de
Captura: 11 de Julho de 2015

Christiane Pelajo (figura 5) é a quinta apresentadora na análise. Com 44 anos⁹, apresenta o Jornal da Globo, da rede televisiva homônima, ao lado de William Waack desde 2005. É branca, cabelos loiro escuros, liso e um pouco abaixo da linha dos ombros. É a única que aparenta estar um pouco acima do peso ideal.

Figura 6 – Apresentadora Giuliana Morrone do Bom dia Brasil



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Bom dia Brasil de 09/06/2015.
Data de captura: 11 de Julho de 2015

⁸ Disponível em <http://terceirotempo.bol.uol.com.br/que-fim-levou/paloma-tocci-5323> acesso em 11 jul. 2015

⁹ Disponível em <http://diariogaucha.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/06/christiane-pelajo-fala-sobre-acidente-a-cavalo-e-ja-tem-data-para-voltar-a-teve-4784878.html> acesso em 11 jul. 2015

No jornal Bom Dia Brasil, Giuliana Morrone (figura 6) é a apresentadora em análise, estando no cargo desde 2013. A jornalista tem 48 anos¹⁰, é branca, cabelos castanhos, lisos e na altura dos ombros. Assim como a grande maioria, não aparenta estar acima do peso.

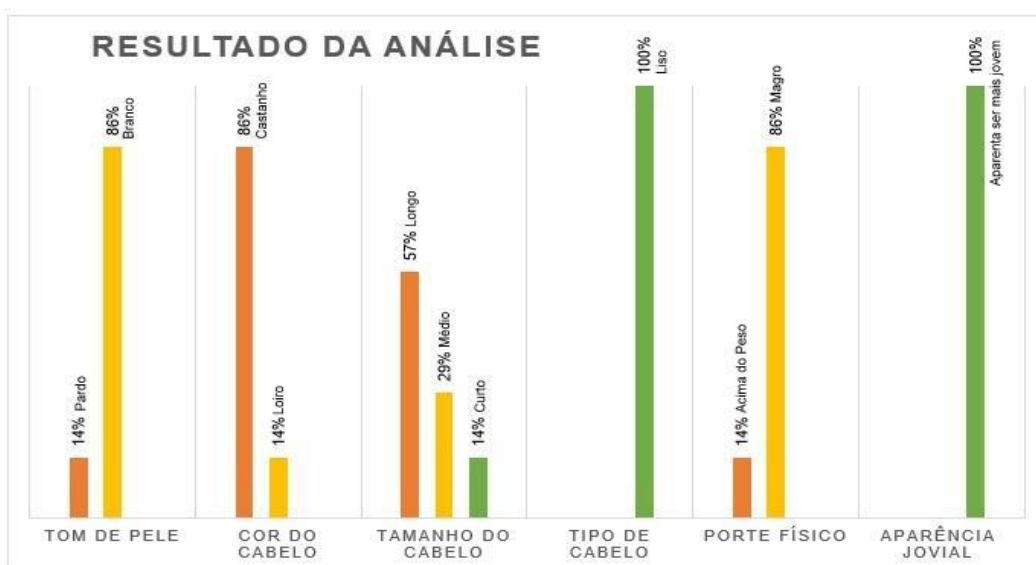
Figura 7 – Apresentadora Ana Paula Araújo do Bom Dia Brasil



Fonte: Captura feita pela autora de frame do Bom dia Brasil de 09/06/2015. Data de captura: 11 de Julho de 2015

A última apresentadora desta análise também faz parte do Jornal Bom Dia Brasil, Ana Paula Araújo (figura 7). Com 43 anos¹¹, a jornalista está no jornal desde 2013, é branca, possui cabelos lisos, castanhos e na altura dos ombros; não estando acima do peso.

Gráfico 1 - Resultado comparativo da observação dos telejornais analisados



Fonte: elaboração própria

¹⁰ Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Giuliana_Morrone acesso em 11 jul. 2015

¹¹ Disponível em <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/ana-paula-araujo-diz-que-nao-esta-atras-de-um-namorado-4094930.html> acesso em 11 jul. 2015

De acordo com a análise feita e observando o gráfico (figura 8), 100% das apresentadoras têm cabelos lisos, sendo 14% de cabelos curtos, 29% cabelos na altura dos ombros e 57% abaixo da linha dos ombros, além de que 86% dos cabelos são castanhos, contra 14% loiros. Dentre elas aproximadamente 86% são brancas e apenas 14% de cor parda, com nenhuma negra. São majoritariamente magras, em um número de 86% se opondo aos 14% que aparentam estar acima do peso e todas aparentam ser mais jovens que sua idade real. Pode-se afirmar então, que o padrão que pode ser observado nas então apresentadoras fixas dos principais telejornais do país é de mulheres brancas, magras, de cabelos de tamanho médio à longo e castanhos.

A beleza feminina brasileira, que de acordo com o supracitado Paulo Freire, é definida pela “pele morena, os cabelos negros, longos e crespos, cintura fina, bunda grande, peitos pequenos”, não têm representatividade nos telejornais brasileiro. À contrário disso, as jornalistas brasileiras são brancas e magras como as europeias, herdando de característica predominante no país apenas os cabelos longos e escuros. Dessa forma, é possível observar que o padrão de beleza vigente na sociedade é reproduzido também no telejornalismo.

Supostamente, o que deveria ser levado em consideração para a execução de qualquer cargo empregatício, e isso inclui o trabalho de âncora do telejornal, seria a competência e capacidade de execução da tarefa. Embora, aparentemente, faz parte dos requisitos de ocupação dessa posição se enquadrar num determinado conceito de belo.

Em 2013, numa entrevista à revista Glamour, Roberto Justus, famoso empresário e apresentador do programa “Roberto Justus +” da Rede Record, disse que “Na hora da contratação, aparência conta muito! Não basta ser, tem de parecer. [...] O que vou falar é polêmico, mas diante de dois candidatos com experiências e currículos parecidos, o critério de desempate é a aparência. Entre um candidato bem-vestido e um malvestido, o bem-vestido ganha. Entre alguém com peso normal e um obeso mórbido – e não estou falando de alguém com sobrepeso, hein? – quem tiver melhor condição física será contratado.”

Entretanto, se esses critérios de aparência não correspondem a nossa realidade social, como alguém que não faz parte desse estereótipo, mas que têm capacidade suficiente para ocupar determinado cargo, poderá alcançá-lo, já uma pessoa que se encaixa no perfil de beleza desejado pode ter mais facilmente? A “beleza” definida pela sociedade não pode ser requisito para a ocupação feminina das bancadas, por isso é necessário que haja uma quebra nesse modelo.

Em Abril deste ano, o Jornal Nacional mudou seu formato e cenário para inspirar um tom mais informal em sua programação. Além dessas mudanças, a jornalista que apresentaria as condições climáticas das principais localidades do país também foi substituída por Maria Júlia Coutinho, mais conhecida como Maju. Negra e de cabelos crespos, Maju é uma das poucas referências de mulheres, cujo padrão estético não é aplicável, inseridas no telejornalismo das grandes emissoras e apesar de suas aparições durarem menos de 3 minutos dentro de todo o programa, ela já foi alvo de preconceito na página do Facebook do Jornal Nacional. Eugênio Bucci afirma que

(...) A televisão reproduz a exclusão social e o preconceito de classe à medida que integra. Ao mostrar o Brasil, ela falsifica o Brasil e, portanto, esconde o Brasil. É a regra do jogo. A representação da nacionalidade integrada é inevitavelmente uma redução idealizada, que redundava numa espécie de banalização da imagem das elites (BUCCI, 1997, p. 32).

Apesar de existir alguns raros exemplos de mulheres não inseridas no parâmetro estético, nenhuma delas ocupa fixamente os cargos de âncora do telejornal. A representatividade da estética predominante do país ainda é ínfima e quando há uma tentativa de integração, parte da sociedade rejeita. Entretanto, a representatividade é muito importante, especialmente em posições que inspiram respeito e visibilidade, que é o caso dos âncoras de telejornais. Em entrevista ao site Star Trek, a famosa atriz americana e negra, Woppi Goldberg¹² disse que quando tinha nove anos e viu “Uhura”¹³ gritou por sua mãe exclamando que havia uma mulher negra na televisão que não era empregada, e só então Goldberg percebeu que poderia “ser o que quisesse”.

Casos como do de Whoppi demonstram o quão importante é que não haja exclusão baseada em aparências. A rejeição social é uma pequena parcela, se comparada à aceitação quando parâmetros ditatoriais são quebrados, afinal, logo após os ataques racistas na internet Maju recebeu apoio de várias celebridades e o próprio Jornal Nacional comentou o caso em defesa da moça do tempo.

Considerações Finais

O estudo em questão mostrou que existe um arquétipo de beleza sendo usado como parâmetro na escolha das mulheres apresentadoras dos principais telejornais do país, além

¹² Consagrada atriz, comediante, cantora e apresentadora americana.

¹³ Personagem principal da telessérie americana de ficção científica Star Trek e dos seis primeiros longa-metragens de Star Trek para o cinema, interpretada pela atriz Nichelle Nichols.

de que que esses padrões são reproduções das escolhas e definições de beleza impostas pela sociedade e sustentadas pela mídia. O papel dos telejornalistas, que supostamente deveria ser ligado ao processo de auxiliar na veiculação de informações, acabou por ser transformado também em mercadoria na sociedade do consumo.

Afinal, a quem serve excluir a grande maioria com base nesse conceito de beleza? Del Priore (2000) diz que logo após a proclamação da república “era crença comum que o “clareamento da pele” aproximaria o Brasil de certa “melhoria da raça”, responsável em última instância, pela construção do progresso nacional.” (DEL PRIORE, 2000, p.78-79). As características usadas como padrão de beleza são, então, características elitistas e, portanto, excludentes.

Os conceitos de beleza e feiura construídos historicamente pela humanidade estão ligados diretamente ao poder e são perpetuados na mídia através do discurso, tornando o padrão um ciclo perpassado ao longo de anos. A reflexão que fica com a conclusão desse artigo é a observância de que a beleza da concepção social além de não oferecer representatividade, corrobora com a perpetuação da padronização do belo e rejeição da diversidade racial dentro do telejornalismo.

Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Lisboa, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d’Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2008. Disponível em: <<http://www.zahar.com.br/sites/default/files/arquivos/t1142.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2015.

BRASIL, Portal. **Estudo aponta distribuição da população por cor ou raça**. 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2013/11/estudo-aponta-distribuicao-da-populacao-por-cor-ou-raca>>. Acesso em: 13 maio 2015.

BRITTOS, Valério Cruz; RÜHEE, Paloma. A construção dos âncoras nos telejornais nacionais da Globo. In: MATTOS, Sérgio. **Comunicação Plural**. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 51-71. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/387/05>>. Acesso em: 29 mar. 2015.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Jinkings Editores Associados, 1997

COSTA, Cristina. **A imagem da mulher**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2002.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



PRIORE, Mary del. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil.** São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

EADER, Virginia (Comp.). **WOMEN OF STAR TREK PART I.** 2012. Disponível em: <<http://haveyounerd.com/2012/10/16/women-of-star-trek-part-i/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

FECHINE, Yvana. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do éthos. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 36, p.69-76, jul. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4417/3317>>. Acesso em: 12 maio 2015.

G1. **Confira a história do JN:** Em 1º de setembro de 1969 foi ao ar a primeira edição do Jornal Nacional. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/confira-historia-do-jn.html>>. Acesso em: 25 abr. 2015.

G1. **Maria Júlia Coutinho, a Maju, é vítima de comentários racistas no Facebook.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/07/maria-julia-coutinho-maju-e-vitima-de-racismo-no-facebook.html>>. Acesso em: 05 maio 2015.

GOLDENBERG, Mirian. GÊNERO E CORPO NA CULTURA BRASILEIRA. **Revista Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p.65-80, 2005. Disponível em: <http://www.ufjf.br/labesc/files/2012/03/Psicologia-Clínica_2005_Gênero-e-corpo-na-cultura-brasileira.pdf>. Acesso em: 14 maio 2015.

GLAMOUR, Revista. **Ajuda a gente, Roberto Justus!** 2013. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2013/09/ajuda-gente-roberto-justus.html>>. Acesso em: 13 jun. 2015.

HAGEN, Sean. Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela. In: VIZEU, Alfredo. **A sociedade do telejornalismo.** Petrópolis, RJ: Vozes Ltda., 2008. p. 30

LIMA, Izáira Thalita da S.; QUEIROZ, Tobias. ‘O mundo é dos belos?’: O discurso do feio e do belo na reportagem televisiva do Bom Dia Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Intercom, 2009. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-3079-1.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia.** Brasília: Universidade de Brasília, 1996. 192 p.

O GLOBO. **'Jornal Nacional' trará duas mulheres juntas na bancada pela primeira vez.** 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/jornal-nacional-trara-duas-mulheres-juntas-na-bancada-pela-primeira-vez-11738041>>. Acesso em: 13 maio 2015.

SÃO PAULO, iG. **IBGE:** pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio. 2012. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge->



pela-1 -vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html>. Acesso em: 26 abr. 2015.

SECOM. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.** 2014. Disponível em: < <http://www.fndc.org.br/publicacoes/pesquisas-e-relatorios/pesquisa-brasileira-de-midia-2014-habitos-de-consumo-de-midia-pela-populacao-brasileira/>> Acesso em: 12 maio 2015.

SILVA, Camila Pérez Gonçalves da. Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística. **Revista Temática**, João Pessoa, v. 6, n. V, p.1-39, jun. 2009. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2009/junho/ancora_telejornalismo_camila.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2015

TOLENTINO, Vanessa; SOUZA, Florentina das Neves. Um olhar sobre o papel dos apresentadores no Telejornalismo brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais....** Foz do Iguaçu: Intercom, 2014. p. 1 - 13. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1287-1.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2015.