

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PUC – SP

Flávia Renata Stawski

APRESENTADORAS DE TELEJORNAL:

*A efigie da figura feminina no telejornalismo brasileiro
contemporâneo, representada por Renata Vasconcellos, Raquel
Sheherazade e Paloma Tocci*

Mestrado em Comunicação e Semiótica

SÃO PAULO

2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PUC – SP

Flávia Renata Stawski

APRESENTADORAS DE TELEJORNAL:

*A efigie da figura feminina no telejornalismo brasileiro
contemporâneo, representada por Renata Vasconcellos, Raquel
Sheherazade e Paloma Tocci*

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Projeto de Pesquisa de Mestrado apresentado
para o Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Semiótica da Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo
(PEPGCOS/PUC-SP). Área de concentração:
Signo e significação nas mídias. Linha de
pesquisa: Cultura e ambientes midiáticos.

Orientador: Profa. Dra. Lúcia Santaella

SÃO PAULO

2015

Banca Examinadora

Felipe: o início, o fim e o meio.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar à Lúcia Santaella, que soube conduzir os meus anseios e trazer luz aos questionamentos cifrados que trazia comigo; ao CNPQ pelo apoio fundamental nesse momento de transição e descoberta do magistério como propósito de vida, também aos professores Dulcília Buitoni e Aidar Prado – pelo apoio e direcionamentos certos.

Vera Rodrigues, Maria Cristina Poli e Marília Gabriela, que abertamente, e gentilmente, falaram de tabus que envolvem ser mulher nessa profissão, e de como transcenderam à câmara – mulheres fortes, inteligentes e engraçadas, sabendo que tudo ao mesmo tempo e agora, é impossível – mas seguem tentando.

A minha família e amigos, aos que ajudaram, mas com especial apreço aos que não atrapalharam.

E como não poderia deixar de ser, ao Charles Sanders Peirce, que através de suas classificações de signos, possibilitou não só o entendimento, mas também o encontro de tantas pessoas especiais, aqui, nesse momento.

“Os instrumentos ficam antigos para a realidade nova
e a realidade força uma redefinição. Isso é um desafio,
um desafio sobre qual nós temos que pensar.”

Ruth Cardoso

RESUMO

Essa análise tem como objetivo investigar como a figura feminina é apresentada dentro do espectro do telejornalismo brasileiro, a partir dessa pesquisa, pretende-se verificar que modos de representação do feminino são construídos nesse tipo de formato televisivo. Há alguns anos é perceptível o interesse progressivo a respeito do papel da *nova mulher* na mídia – observa-se um aumento significativo de matérias em revistas e jornais, debates em programas de tv e nas redes sociais; observa-se essa tendência também no meio acadêmico, varias teses e análises acerca do tema, que de tão recorrente, beira a exaustão. No entanto, com um olhar mais atento à questão, nota-se que a maior parte dessas investigações, senão o total delas, têm seu foco na publicidade, nas telenovelas ou em programas de entretenimento; aborda-se o tema da representatividade feminina na mídia, mas sempre dentro desses espaços midiáticos específicos. O objeto deste estudo serão as apresentadoras dos principais telejornais noturnos da televisão aberta brasileira: Renata Vasconcellos no Jornal Nacional, Raquel Sheherazade no SBT Brasil e Paloma Tocci no Jornal da Band. Analisando e cruzando os aspectos gestuais, comportamentais, sonoros, visuais (maquiagem, figurino, postura), e apoiando-se em teorias da Semiótica, especialmente nos estudos sobre televisão de François Jost, buscaremos compreender como o gênero feminino apresenta-se no papel de transmissor da informação – e investigar se essa maneira de exposição está apta a influenciar, propagar ou padronizar em algum aspecto, o entendimento do que seja um *modelo* do que é o feminino, tanto na estética quanto no comportamento. No Brasil, existem poucos trabalhos precedentes sobre o assunto, dessa maneira, iremos recorrer a casos de estudos e recortes significativos feitos em países como EUA, Inglaterra e Canadá – que aparentemente se mostram um pouco mais conscientes da relevância do papel da mulher nas mídias, especialmente no telejornalismo. Construiremos o *corpus empírico* deste trabalho por meio da gravação e observação analítica das apresentadoras, através de um comparativo de 02 edições dos 03 telejornais, tendo como critério escolhido um dia em que elas apresentavam o telejornal com o companheiro de bancada oficial e um dia em que apresentaram o programa com um substituto; por fim haverá um cruzamento entre os perfis das respectivas apresentadoras, bem como uma análise comparativa indicando se há ou não, como mencionado, aspectos gestuais, comportamentais, visuais e sonoros semelhantes ou padronizados entre elas. Para embasar estas investigações tomaremos como referencial teórico três tipos de fontes distintas: estudos sobre a mídia e telejornalismo, teorias sobre gêneros e a Semiótica – como ferramenta para as análises. Abordando todos estes aspectos, a proposta da pesquisa busca rechaçar ou confirmar se há um sexismo explícito ou velado, até mesmo em programas ditos sérios, como é o caso dos telejornais.

Palavras-chave: apresentadoras; telejornais; televisão; mídia; feminino; estereótipos

ABSTRACT

This analysis aims to investigate how the female gender is presented within the Brazilian TV journalism spectrum. The research, intends to investigate, which female representation models are presented in this type of television shows.

In the last few years is noticeable the increment of the interest on the role of the women in the mainstream media - there has been a significant increase of articles in magazines and newspapers, debates on TV shows and social networks; this tendency can also be observed in academia and is almost becoming a commonplace. However, with a closer look on the matter, we can notice that in Brazil almost all of these investigations are focused on advertising, soap operas and entertainment programs; The female representation in the media is well explored, but mainly within these specific kinds of TV shows.

The object of the study is the anchorwoman of the three main TV news in the Brazilian broadcast television: Renata Vasconcellos (Jornal Nacional), Rachel Sheherazade (SBT Brazil) and Paloma Tocci (Jornal da Band). Analyzing and crossing several nonverbal aspects, such as: gestural, behavioral, sound aspects and visual aspects (makeup, costumes, posture), using the semiotic theories, especially the studies on television of François Jost - this paper seeks to understand how women are presented as an information transmitter and to investigate whether this kind of exposure is able to influence and propagate in some way, the understanding of how women are been presented as a role model, both aesthetically and behaviorally.

In Brazil, there are few previous studies on the subject, for that reason it was used several case studies and significant papers of other countries like USA, England and Canada - which apparently show a little more awareness of how mainstream media contribute to under-representation of women, especially in television newscast.

The empirical corpus was built observing and analyzing the presenters of each the three elected TV news, through a comparison of two editions, a day when of the newscast with the official anchorman and one edition with a replacement.

Finally contrasting the profiles of the respective presenters, we intend to see if there is a standardized posture gestural, behavioral, sound aspects and visual aspects between them.

It was used three different sources of studies to support the investigation, Studies of media and television, Theories on gender and Semiotics (as a tool for the analysis). Using these aspects, the research proposal is to reject or confirm whether there is an explicit or veiled sexism, even in so-called “serious programs”, such as TV news.

Keywords: News presenters; TV news; TV; media; feminine; gender stereotypes

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Reunião do G20 e debate no parlamento britânico.....	16
Quadro retirado de anotações, disciplina Semiótica Peirceana, ministrada por Lucia Santaella no 1º semestre 2014, PUC/SP.....	23
Diagrama desenhado por Peirce em seu 'Syllabus', 1903.....	25
Manuscrito 799 (Peirce, 1967)	25
Relação triádica proposta por Peirce. (1962, p. 105)	26
Montagem com apresentadores do Jornal Nacional.....	54
Montagem com apresentadores do Jornal Nacional.....	55
Miriam O'Reilly, Maria Lydia Flândoli, Sandra Passarinho e Neide Duarte	56
Enquadramentos e efeitos de câmera.....	63
Lillian Witte Fibe, Fatima Bernardes, Patrícia Poeta e Renata Vasconcellos	81
Jornal Nacional – 03/08/15.....	95-103
Jornal Nacional – 04/08/15.....	104-112
Jornal SBT Brasil – 11/08/15	115-120
Jornal SBT Brasil – 11/08/15	120-127
Jornal da Band – 21/08/15	129-133
Jornal da Band – 13/10/15	133-137

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1. Questão e objetivo da pesquisa.....	14
1.2. Justificativa e estado da arte	14
1.3. Corpus Empírico.....	18
1.4. Metodologia	19
2. APRESENTAÇÃO DE REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1. Semiótica Peirceana.....	20
2.2. A Primeiridade.....	22
2.3. A Secundidade.....	22
2.4. A Terceiridade.....	23
2.5. As 10 tricotomias estabelecidas por Charles Peirce.....	26
3. TELEVISÃO – SIGNO SEMIÓTICO.....	31
3.1. François Jost e o processo semiótico da identidade televisiva.....	32
3.1.1. O conceito de promessa	33
3.2. Um breve retrospecto da historia do Telejornalismo.....	36
4. A IMAGEM DA MULHER	41
4.1. Estereotipo e representatividade feminina.....	44
4.2. Rupturas, feminismo e seus desdobramentos.....	47
4.3. A questão da mulher na sociedade brasileira.....	49
4.4. Mulher e jornalismo – no Brasil e no mundo.....	51
5. SEMIÓTICA DISCURSIVA E ELEMENTOS MIDIÁTICOS DA TELEVISÃO.....	56
5.1. Linguagem falada.....	60
5.2. Enquadramento e movimentos de câmera.....	62

5.3. Áudio, músicas e recursos de sonoplastia.....	63
5.4. Entonação Vocal.....	66
5.5. Gestual, Proxêmica e Cinésia.....	67
5.6. Cenário.....	72
5.7. Figurino.....	76
5.8. Cor.....	83
5.9. Modelagem.....	85
5.10. Edição.....	86
5.11. Recursos visuais.....	87
5.12. Vinhetas.....	89
 6. JORNAL NACIONAL E RENATA VASCONCELLOS.....	 90
 7. SBT BRASIL E RACHEL SHEHERAZADE	 92
 8. JORNAL DA BAND E PALOMA TOCCI.....	 92
 9. ANALISE DO CORPUS.....	 93
9.1. Analise do Jornal Nacional – 03/08/15.....	95
9.2. Analise do Jornal Nacional – 04/08/15	105
9.3. Analise do Jornal SBT Brasil – 11/08/15	115
9.4. Analise do Jornal SBT Brasil – 14/09/15.....	121
9.5. Analise do Jornal da Band no dia 21/08/15.....	131
9.6. Analise do Jornal da Band dia 13/10/2105.....	134
 13. CRUZAMENTO ENTRE OS PERFIS DAS APRESENTADORAS	 140
14. CONSIDERAÇÕES FINAIS	145
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	148

1. Introdução

A ideia de analisar os aspectos femininos nos telejornais surgiu a partir de questionamentos muito pessoais, mas que convergem com o estudo da Semiótica: como a representação influencia o contexto em que se situa e como é influenciada por ele nas suas variantes. A televisão é considerada por muitos estudiosos como fenômeno social e cultural mais impressionante da história da humanidade, exagero ou não, fato é que ela é um poderoso instrumento de socialização sem precedentes, capaz de gerar afeições extremas nos telespectadores. E toda essa devoção à televisão foi refletida no telejornalismo, que, devido principalmente à *imagem do real* que traz consigo, alcança status de realidade. Não existe um consenso sobre o que teria maior importância no discurso telejornalístico: o texto ou a imagem – por isso considero para a análise, ambos como parte essencial da linguagem telejornalística. Porém, é preciso sempre considerar que a imagem é o grande diferencial da televisão em relação aos outros meios de comunicação.

A publicidade, em especial a televisiva, sempre se valeu da figura feminina como suporte de mensagem e no jornalismo isso não foi diferente – visto que, como veremos adiante, a televisão brasileira sempre se apoiou na publicidade para viabilizar sua programação. No entanto, até o começo da década de 90, às mulheres eram relegadas aos cargos menos prestigiosos dentro da hierarquia telejornalística, como o de repórteres ou apresentadoras da previsão do tempo, por exemplo – salvo raríssimas exceções, isso no horário nobre, é preciso sempre reforçar. Os dados sobre as primeiras jornalistas mulheres a apresentar um telejornal noturno no Brasil são evasivos e nos sites oficiais não há informações específicas sobre o tema, mas entre os nomes femininos mais antigos encontrados ancorando telejornais estão: Leilane Neubarth, Leda Nagle e Valéria Monteiro (em aparições esporádicas no Jornal Nacional); somente em 1996 a jornalista Lilian Witte Fibe¹ assumiria em definitivo a bancada deste telejornal com Willian Bonner, como abordaremos com mais profundidade na sequência da dissertação. Através da pesquisa percebe-se que, da década de 70 até hoje, o jornalismo televisivo e a imagem da mulher foram sempre apresentados em um mesmo padrão – focado nisso, a tese abordará também como as imagens são, em grande parte, reforçadoras de padrões estereotipados, principalmente na televisão. Justamente por isso se faz necessário um estudo sobre o tema, pois como defende Ferrés (1998), geralmente imagens são vistas não como representações, mas sim, como realidade em si,:

“a exposição constante a imagens estereotipadas da realidade leva à construção de algumas representações mentais da realidade igualmente estereotipadas” (FERRÉS, 1998, p. 140).

Mas se ao telespectador esse padrão na representação passa despercebido, ou se torna invisível pela saturação; fica evidente para quem viveu nos bastidores da televisão. Ao longo de 10 anos tive oportunidade de trabalhar em diversas emissoras de tv, entre elas: Globo, Record, SBT, Cultura e Gazeta, muito do que aprendi sobre o meio foi lapidado nestes espaços, e a percepção de que existia um padrão (in)visível para as mulheres que apareciam frente às câmeras, sempre me intrigou. Muito embora tenham trabalhado em produções de entretenimento e não jornalísticas, percebia que

¹ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/linha-do-tempo/>.
Acessado em 15/04/14

mesmo as apresentadoras dos telejornais seguiam um padrão imagético, fonético e postural particular, que mesmo sendo diferente do modelo das apresentadoras de outros formatos, era ainda assim, nítido. As apresentadoras analisadas na pesquisa serão: Renata Vasconcellos (Jornal Nacional)², Paloma Tocci (Jornal da Band)³ e Rachel Sheherazade (SBT Brasil)⁴ – no que elas têm de similar e oposto, e a pesquisa pretende preencher uma lacuna no imbricamento de campos tão importantes quanto telejornalismo e gênero – sempre observados pelo viés semiótico.

A questão que se busca elucidar é a de como o discurso midiático faz parecer verdadeiros os espectros⁵ que divulga e quais são os fundamentos do seu enunciado. Apesar do registro de um número substancial de pesquisas que versam sobre o mesmo tema: gênero e representatividade, não se encontrou nos mecanismos de buscas especializados⁶ trabalhos que apontassem para o mesmo enfoque da abordagem que a pesquisa se propõe investigar: em que medida o formato telejornal, sempre que se refere à representação do feminino, tende a determinadas ordenações imagéticas e regula um modo de representação social que, compartilhadas no coletivo, apontam para o fortalecimento de estereótipos; esta é a questão principal que norteia a pesquisa.

O projeto está organizado em 13 capítulos; primeiro traz a questão, objetivo e justificativa da pesquisa e busca fundamentar a relevância do tema, apresentando o quadro geral, onde estão contidos também seu corpus e metodologia. O segundo traz a apresentação do referencial teórico: o entendimento da Semiótica Peirceana e suas definições de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, bem como as 10 tricotomias estabelecidas por Charles Peirce; o terceiro estabelece a televisão enquanto signo semiótico, os processos da identidade televisiva definida por François Jost e traz um breve retrospecto da história do Telejornalismo. No quarto capítulo, as postulações sobre a imagem da mulher, os conceitos de estereótipo e representatividade feminina; bem como as rupturas sociais dos anos 60, a retomada do feminismo e seus desdobramentos nos dias de hoje; além da questão do feminino na sociedade brasileira e a mulher no jornalismo brasileiro e mundial. Já no quinto capítulo, a pesquisa abordará a semiótica discursiva e os elementos midiáticos da televisão dentro dos telejornais como: linguagem falada, enquadramento, movimentos de câmera; o áudio, que engloba a músicas e recursos de sonoplastia; entonação vocal; gestual, proxêmica e cinésia; cenário; figurino, cor e modelagem; edição; recursos visuais e vinhetas; unidades que constituem parte fundamental do fazer televisivo. Os capítulos seis, sete e oito são dedicados aos objetos de estudo, e no capítulo nove a análises do corpus empírico, objetos da pesquisa e dos respectivos dias. Para finalizar,

² Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/redacao.html>
Acessado em 24/05/15

³ Disponível em: <http://noticias.band.uol.com.br/jornaldaband/apresentadores.asp>
Acessado em 24/05/15

⁴ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/>
Acessado em 04/04/2014

⁵ No dicionário espectro é definido em sentido figurado como presença que pode causar sofrimento; ameaça de perigo, uma lembrança insistente ou ainda como coisa vazia, falsa; ilusão.
Disponível em: <http://www.dicio.com.br/espectro/>
Acessado em 04/04/2015

⁶ Foram pesquisadas teses e dissertações brasileiras nos sites da Capes, que traz uma compilação da produção dos principais programas de pós-graduação dos últimos anos.

os capítulos treze e catorze, trarão os cruzamentos entre os perfis das apresentadoras e, finalmente, as considerações finais.

1.1. Questão e Objetivo da pesquisa

A análise busca apontar que, invariavelmente, os valores associados às mulheres como emoção, subjetividade, passividade, magia, sedução e romantismo, são tradicionalmente instituídos pelos telejornais ao gênero feminino. E pretende investigar também que semioses essas associações tendem a disparar, e com quais desdobramentos. O que os elementos constitutivos dessa mediação jornalística revelam sobre os próprios processos constitutivos da realidade social? Que consequências a afirmação de um comportamento sexista, mesmo tênue – especialmente em programas sérios e respeitados, como é o caso dos telejornais, desencadeiam na percepções feminina e masculina em seu papéis e representatividades dentro do universo que habitam?

Frente aos problemas de pesquisa propostos, há uma série de pontos que devem ser analisados para que se possa construir um panorama que dê conta das narrativas construídas pelos actantes envolvidos nesses processamentos e seus cruzamentos. Por conta disso, considero que a teoria de Peirce colabore para compreender essas questões, pois oferece um mapa conceitual extraordinário para o entendimento de suas configurações pensadas em termos de horizonte, o estabelecimento dos fundamentos sobre os quais seriam erguidos os próprios processos de conhecimento já citados: linguagem, enquadramento, áudio, entonação vocal, gestual, cenário, figurino, edição e, principalmente como já dito, os desdobramentos sociais, que possam resultar destes processos.

1.2. Justificativa e o Estado da Arte

Percebe-se que em uma perspectiva de representação, sempre se vê a mulher atrelada à tríade dos temas figurativos: maternidade, beleza e sedução, sendo que esses assuntos reafirmam a dependência histórica (seja no âmbito sexual ou reprodutivo) que a mulher tem de seu corpo para conseguir a possibilidade de aceitação – e sem pensar, ou questionar, absorve essa prerrogativa como própria. Em paralelo a esta percepção, é essencial para apreender o estado da arte sobre o tema, familiarizar-se com os principais textos que já versaram sobre a representação da mulher dentro da sociedade e da imprensa brasileira. Dulcília Buitoni (2009) foi uma das pioneiras a tomá-lo como objeto de estudo no início da década de 80 e diz em seu livro *A Mulher de Papel*, que televisão e publicidade, conjugavam-se numa orquestração para delinear mulheres mais favoráveis à economia de consumo.

O motivo primeiro deste estudo foi o peso da imprensa feminina no contexto cultural. Se essa especificação de veículo de comunicação dirigido antes de tudo à mulher desenvolveu-se em tantos países, não existe só o interesse da indústria cultural. A relação entre a imprensa feminina e a mulher implica questões mais abrangentes, como o papel social da mulher ou sua participação política. E aí entra a ideologia. (BUITONI, 2009, p.21)

Mas outros autores surgiram posteriormente e versaram sobre o tema, como Thiago Carvalho Barbosa (2008), que em sua tese de mestrado trouxe o tema *Mônica*:

*Imagem e Representação Feminina nas Tiras de Mauricio de Sousa (1963-1976)*⁷ que explicita as relações de poder entre gêneros, através da personagem principal, que sempre vence os conflitos através da força, e por tal atitude segundo o autor, foi constantemente caracterizada ao longo dos anos como violenta por críticos e leitores; em sua tese nos é apresentado como a menina resiste às sucessivas tentativas de convencimento a ser “mais feminina”. Nas palavras de Barbosa (2008):

As características atribuídas a tal gênero são imprescindíveis na discussão que objetivou na análise da construção cultural dos papéis feminino e masculino na sociedade brasileira na década de 1960. (BARBOSA, 2008, p. 2)

Já a pesquisadora Janice Primo Barcellos, que aborda o mesmo tema em um artigo sobre a representação do *Feminino nas Historias em Quadrinhos*⁸, investigou as tiras publicadas nos principais jornais do eixo Rio/São Paulo, com foco nas personagens femininas, descobrindo que não havia mulheres cartunistas entre os autores publicados, e através deste fato, pode chegar à conclusão de que as mulheres eram retratadas em sua totalidade, através dos olhos dos homens. O propósito inicial do artigo segundo Janice, era tentar demonstrar através da análise de tiras feitas por homens e mulheres que, muitas vezes, a “biologia” interfere na linguagem visual e verbal utilizadas na representação; principalmente quando se trata da representação feminina – foco bastante semelhante ao que se propõe a abordagem da minha pesquisa. Mas além de não realizar o comparativo pela ausência de mulheres atuantes na área, a autora acabou por observar também que, além da linguagem ser aplicada de maneira diferente entre os gêneros nas tirinhas, “a diversidade de olhares presentes na representação das histórias em quadrinhos também evidenciou diferentes aspectos da ideologia patriarcal que constrói o feminino de acordo com suas necessidades.” (Barcellos, 1998, p.2). Pensamento que vem ao encontro do que afirma a escritora Lúcia Osana Zolin (2001)

(...) a história da cultura ocidental se consolidou segundo a tradição do saber masculino. Em função disso, é comum encontrar entre as obras da (...) literatura imagens de mulher estereotipadas segundo o modelo da sociedade patriarcal, caracterizadas pela submissão, pela resignação, pela espera, pelo sofrimento, pela saudade etc. (...) a literatura de autoria masculina que tem, ao longo do tempo, representado o emparedamento da mulher nesse silêncio. (ZOLIN, 2001, p. 20.)

Gilles Lipovetsky (2000) – que, muito embora não tenha focado seus estudos na mulher brasileira, também pensava na representatividade feminina como uma construção social, e teceu valiosas percepções sobre gêneros no contemporâneo. Segundo ele, nos últimos cinquenta anos a condição feminina mudou mais do que a soma dos últimos milênios. E ainda para o autor, a revolução feminina é inédita, a contracepção e o engajamento profissional da mulher como existe hoje, jamais existiram.

⁷Disponível em <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp136779.pdf>
Acessado em 31/10/15

⁸ Disponível em http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/agaque/ano2/numero4/artigosn4_1v2.htm
Acessado em 31/10/15

Para compor este capítulo com uma pesquisa de cunho imagético, é preciso citar a recente campanha *More Women*⁹, desenvolvida pela revista Elle britânica, que através da visualidade, mostra como é chocante o desequilíbrio entre homens e mulheres em reuniões políticas, entre os líderes do G20 e até em programas de TV; quando os homens são tirados da imagem através do software de edição Photoshop¹⁰, sobram poucas mulheres.



Nas imagens, Reunião do G20 com a rainha Elizabeth, no Palácio de Buckingham e debate no parlamento britânico

Há também que se levar em conta os autores que fizeram valorosos estudos em relação à mídia nas suas mais variadas formas, em especial sobre a televisão, como Joan Ferrés (1998), que afirma que a televisão exerce, em grande parte da sociedade, influências antes só igualáveis à da Igreja Católica. Para ele, um dos fascínios da televisão é o próprio meio, a presença das câmeras e os *quinze minutos de fama*, o autor também considera relevante a abrangência e o alcance social da televisão, a elevando para um patamar inquestionável:

A televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da história da humanidade. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu. Nenhum outro meio de comunicação na história havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, e nenhum havia demonstrado um poder de fascinação e de penetração tão grande (FERRÉS, 1998, p. 13).

Para poder traçar um panorama mais amplo e analisar a televisão dentro do contexto dos estudos da Semiótica, é essencial entender os conceitos postulados por François Jost, e o que isto representa nesse mosaico, bem como as construções semióticas presentes em um conteúdo; qual a definição de gênero (aqui no sentido televisivo) e a formulação do seu conceito de promessa, estabelecido diretamente entre televisão e telespectador. Bem como as imprescindíveis considerações de Charles S. Peirce, e suas classificações em relação ao signo e tricotomias sígnicas, que são a base da Semiótica enquanto ciência, e que vão fundamentar a pesquisa como um todo. O que se deseja verificar a grosso modo é também, no campo da comunicação e da linguística investigados por Saussure, que foi quem primeiro considerou a língua como conjunto dos possíveis sentidos e a fala como expressão

⁹ Disponível em <http://www.megacurioso.com.br/politica/85468-campanha-ilustra-a-verdadeira-representatividade-feminina-no-poder.htm>

Acessado em 31/10/15

¹⁰ Disponível em: <http://www.adobe.com/br/products/photoshop.html>

Acessado em 31/10/15

acústica do sentido, como os processos discursivos em que a linguagem se constitui de forma a produzir sentidos – as possibilidades e condições da representação da realidade e do discurso.

De que maneira a construção de sentido na figura da mulher e as representações sociais desse gênero, reforçam ou reproduzem posições sexistas – que priorizam sempre a visão do masculino, segundo a qual é sempre tomada como referencial. E como tais posturas convergem para cristalizações de axiologias reforçando, dessa maneira, os estereótipos, e mais gravemente, culminando na ausência de questionamento. Reafirmando desse modo o que já está inserido no imaginário coletivo, ditando as normas e maneiras de comportamento da sociedade. E indo além, operando essas reproduções através do silêncio ou daquilo que fica subentendido, cria-se uma aprendizagem sobre o papel de cada gênero. Ainda segundo Sabat (1999), algumas dessas representações estão de tal modo “naturalizadas” que não pensamos em questioná-las, dessa forma, o discurso telejornalístico corrobora, reafirma e reproduz essa sentença sobre a existência de uma construção social, baseada em valores que nos são “ensinados”.

Ao abordar esse tema tão complexo e amplo, quis trazer um questionamento importante para as gerações de mulheres que consomem produtos telejornalísticos, mas que não são representadas – ou pelo menos assim não se sentem – dentro do universo midiático diário e cotidiano brasileiro. Quando digitamos as palavras *jornalistas brasileiras*¹¹ no Google essa lista aparece, na ordem:

- Anexo: Lista de jornalistas do Brasil – Wikipédia, a ...
- +350 Jornalistas e Apresentadoras mais belas do Brasil e ...
- Jornalistas da Globo.
- Jornalistas que representam as mulheres brasileiras - Caras
- Qual é a jornalista mais bonita da TV brasileira? - Enquete ...

Ao passo que quando digitamos, no mesmo buscador *jornalistas brasileiros*¹²:

- Anexo: Lista de jornalistas do Brasil – Wikipédia, a ...
- Portal dos Jornalistas www.portaldosjornalistas.com.br/
- A lista dos 200 jornalistas brasileiros mais premiados de todos
- O DNA do repórter - Premiado até pela ONU, o grande ...

Embora seja um comparativo raso a princípio, podemos rapidamente entender que há uma diferença no tratamento entre gêneros. Como apontado, o termo *jornalista mulher* é constantemente acompanhado de adjetivos como bonita, bela, desejada – ao passo que o termo *jornalista homem* traz consigo adjetivos mais nobres, entre os mais figurativos estão admirados e premiado.

Para finalizar esse capítulo, é preciso citar ainda dois documentários que foram essenciais para a decisão na escolha do tema da pesquisa: o norte-americano

¹¹ Disponível em : https://www.google.com.br/search?client=safari&rls=en&q=jornalistas+brasileiras&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=WDc1VsJBMJDdwATImZfgBQ
Acessado em 21/03/2014

¹² Disponível em : https://www.google.com.br/search?client=safari&rls=en&q=jornalistas+brasileiros&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=oTc1VvrthZDdwATImZfgBQ
Acessado em 21/03/2014

*Miss Representation*¹³ – cujo título brinca com a palavra inglesa “misrepresentation” (representação errada, deslocada), dirigido pela vice-primeira dama da Califórnia Jennifer Siebel Newsom e o italiano *Il Corpo Delle Donne*¹⁴ – O Corpo das Mulheres, idealizado por Lorella Zanardo e Marco Malfi Chindemi. “Miss Representation”, que também faz referência ao concurso de beleza mais famoso do mundo, é focado em como a mídia retrata as mulheres e como essa imagem, de certa maneira, restringe as ambições das meninas no futuro. Analisa ainda como os meios de comunicação têm contribuído para a sub-representação das mulheres em posições de poder, especialmente nos EUA, mas como esse país tem enorme influência política e cultural, pode-se dizer que essa representação se reflete no mundo inteiro. O mesmo tom é mostrado no documentário italiano, que retrata o modo mascarado e humilhante de como a televisão vem mostrando a mulher naquele país, e constata a maneira como as mulheres reais (o documentário entende como reais as mulheres consideradas fora dos padrões de beleza e idade mostrado nas campanhas publicitárias), estão desaparecendo da televisão, sendo substituídas por uma representação, segundo palavra dos diretores, grotesca. O objetivo explícito, dito inclusive no documentário, é questionar as razões para esta supressão, do qual somos todos espectadores silenciosos.

1.3. Corpus Empírico

O corpus para as análises individuais e dos telejornais serão 02 edições de cada telejornal no período determinado entre agosto e setembro de 2015, compreendendo um dia em que as respectivas apresentadoras estavam com seus pares habituais: Willian Bonner (Jornal Nacional), Joseval Peixoto (SBT Brasil) e Ricardo Boechat (Jornal da Band), âncoras fixos dos telejornais citados, e em um dia em que elas estavam fazendo dupla com substitutos destes apresentadores, dessa maneira foram selecionados:

- Jornal Nacional 03/08/15 e 04/08/15, sendo o primeiro dia o programa em que Renata Vasconcellos apresentou com Heraldo Pereira; e o segundo apresentado junto com Willian Bonner
- SBT Brasil 11/08/15 e 14/09/15 sendo o primeiro dia o programa em que Raquel Sheherazade apresentou com Joseval Peixoto; e o segundo apresentado junto com Carlos Nascimento
- Jornal da Band 21/08/15 e 13/10/2015 sendo o primeiro dia o programa em que Paloma Tocci apresentou com Fábio Pannunzio; e o segundo apresentado junto com Ricardo Boechat

A escolha deste corpus se deve ao fato de que os respectivos telejornais, bem como suas apresentadoras, estão em 03 emissoras diferentes, que como será abordado posteriormente durante a pesquisa, têm índices de audiência representativos em seus horários; e englobam universos distintos dentro do espectro telejornalístico, seja por sua abordagem ou público alvo, mas que são entendidos como

¹³ Miss Representation - disponível em: <http://film.missrepresentation.org>
Acessado em 21/03/2014

¹⁴ Il Corpo Delle Donne - disponível em: <http://www.ilcorpodelledonne.net/versao-em-portugues/>
Acessado em 11/12/15

complementares.

Além destes telejornais possuírem na bancada uma mulher como transmissora de informação e que, também como será visto, são todas relevantes em suas idiossincrasias, para compor a pesquisa em sua totalidade; a escolha da alternância nos dias selecionados se deu especialmente para inferir se há ou não mudança no comportamento das apresentadoras quando estão sem os companheiros de bancada usuais.

1.4. Metodologia

A metodologia do estudo será feita sobre 3 pilares distintos; sendo o primeiro, a análise individual das apresentadoras: Renata Vasconcellos, Raquel Sheherazade e Paloma Tocci; o segundo, a análise dos telejornais correspondentes a cada uma: Jornal Nacional, SBT Brasil e Jornal da Band; e o terceiro, pelo cruzamento e comparativo entre os perfis das apresentadoras; bem como suas características, posturas e modos na apresentação dos respectivos telejornais, nos dias analisados.

Verificando e cruzando também os aspectos gestuais, comportamentais, sonoros, visuais (maquiagem, figurino, postura), e apoiando-se em análises semióticas, a pesquisa será realizada com base em vários autores, dado a complexidade na abordagem do tema, pois, como citado, estão ligados a elementos diversos em sua composição. Lucia Santaella será acionada ao longo de toda pesquisa, já François Jost, será incorporado para processar o conceito de televisão enquanto transmissora de conteúdo com base na Semiótica Peirciana – é importante reforçar que a generalidade da obra de Peirce sob a visão deste autor, e de suas análises, contribuiu de forma positiva para o desenvolvimento e entendimento das semioses que permeiam o universo dos telejornais.

Mas muitos outros autores serão citados ao longo da tese, como Décio Pignatari e Arlindo Machado como agentes decodificadores da imagem e da própria Semiótica em si; Eugênio Bucci e Guilherme Jorge de Rezende que abordam a questão do telejornalismo brasileiro atual; João Batista Freitas Cardoso e suas valorosas reflexões a respeito de cenário e dos elementos cênicos televisivos; e também Edward T. Hall, que transcreveu com perfeição os conceitos sobre proxêmica, que embora seja fundamental para o escopo da pesquisa, carecia de mais estofo argumentativo, pela fragilidade que demonstrava ao ser explorada sem a argumentação adequada.

É importante salientar que quando se agregam todos estes autores no contexto da pesquisa, há a tentativa de se tratar de diversas linguagens que estão inseridas dentro de outra linguagem. Essa prerrogativa torna os autores selecionados complexos fatores a par de se constituírem como uma espécie de denominador comum das diversas linguagens que permeiam essa esfera: as apresentadoras e os programas telejornalísticos.

2. Apresentação de referencial teórico

Como já apontado, para embasar estas investigações tomaremos como referencial teórico três tipos de fontes distintas: estudos sobre a mídia e telejornalismo, teorias sobre gêneros, e a Semiótica; dessa maneira, o desenvolvimento da pesquisa se dará pela mídia, através do prisma da representatividade, utilizando como ferramenta de análise os símbolos conceituados

pelas teorias semióticas. Ao assumir a prerrogativa de que a identidade é construída com base em relações entre signos, deve-se levar em consideração que uma qualidade pode ser mais determinante que outra para se representar ou perceber uma identidade.

Dependendo do viés a ser considerado como parâmetro do que é fundamental nesta relação criada pelo indivíduo, estudiosos do tema recorrem a diferentes áreas, da filosofia à psicologia. É essencial tomar como ponto de partida a indicação do arcabouço teórico relativo ao entendimento com o qual se irá trabalhar, para não assumir que o modelo selecionado seja um sinônimo de veracidade, mas sim um possível viés.

2.1. Semiótica Peirceana

A palavra semiótica vem da raiz grega ‘semeion’, que remete a signo; da mesma origem, temos ‘semeiotiké’, que seria traduzida como a arte dos sinais. Essa corrente de conhecimento é antiga, e denomina as formas como o indivíduo dá significado ao mundo que o cerca. Sendo entendida atualmente como a ciência que estuda os signos e todas as linguagens e acontecimentos culturais – como fenômenos produtores de significado, definido por sua vez como semiose. A Semiótica enquanto ciência, estuda como mecanismos de significação se processam natural e culturalmente e diferentemente da linguística, que centra suas pesquisas somente no campo verbal, vai além, expandindo seu entendimento para qualquer sistema de signos como artes visuais, música, fotografia, cinema, moda, gestos, entre outros. O ponto de vista semiótico refere-se ao significante, enquanto o epistemológico está conectado ao sentido dos objetos. Como dito, a origem da semiótica remonta à Grécia Antiga, assim sendo, ela é contemporânea ao nascimento da filosofia; porém, é mais recente seu aprofundamento, em princípios do século XX vieram à luz as pesquisas de Ferdinand de Saussure e C. S. Peirce, é então que este campo do saber ganha sua independência e se torna uma ciência.

Charles Sanders Peirce foi um filósofo, cientista e matemático americano, filho de Benjamim Peirce, um dos mais importantes matemáticos de Harvard, licenciou-se em Ciências e doutorou-se em Química na mesma instituição que o pai lecionava, ensinando lá, posteriormente, Filosofia. Foi o fundador do Pragmatismo e da Ciência dos Signos: a Semiótica, antecipando com seus estudos muitas das problemáticas do Círculo de Viena¹⁵.

Peirce foi matemático, físico e astrônomo e dentro das ciências culturais estudou particularmente Linguística, Filologia e História, com contribuições também na área da Psicologia Experimental, estudou praticamente todos os tipos de ciências em sua época. Mas as áreas pelas quais é conhecido, e às quais dedicou grande parte de sua vida e estudos, são a Lógica e Filosofia. Propôs aplicar nesta última os métodos de observação, hipóteses e experimentação a fim de aproximá-la mais das características de ciência e concebia a Lógica dentro do campo da Teoria Geral dos Signos, ou Semiótica.

Os últimos 30 anos de sua vida foram dedicados ao estudo desta Ciência, produzindo cerca de 80.000 manuscritos durante a vida, dos quais apenas 12.000 páginas foram publicadas, ainda hoje. Peirce, foi o primeiro a tentar uma sistematização científica do estudo dos signos, com o trabalho *Logic as Semiotics*:

¹⁵ Disponível em: <http://www.brasilecola.com/filosofia/o-circulo-viena-inicio-filosofia-contemporanea-ciencia.htm>

Acessado em 30/10/15

The Theory of Signs (“Lógica enquanto Semiótica: A Teoria dos Signos”) composto pelos artigos escritos entre 1893 e 1910. Sua obra semeou o pensamento e os métodos de numerosos estudiosos, como os norte-americanos Charles W. Morris – que desenvolveu seus estudos sobre os fenômenos culturais como se fossem sistemas sógnicos e Charles K. Ogden – que teorizou sobre “signos acontecimentos e “signos ideias”, também inspirou o britânico Ivor Armstrong Richards, que se debruçou sobre a existente entre o signifiante e o significado, além do russo Roman Jakobson, que em 1896, introduziu o conceito das funções da linguagem.

Para Peirce, “todo pensamento é um signo”, assim como o próprio homem, dessa maneira, fica evidente a necessidade de se compreender a relação dele e a infinidade de signos existentes em nossa sociedade atual. Segundo Santaella (2000), profunda estudiosa sobre a obra e legado de Peirce, a linguagem humana tem se multiplicado em várias formas e novas estruturas, em consequência, novos meios de disseminação desta linguagem têm sido criados; já não mais como signos apenas, mas hipersignos híbridos:

“ler os signos com a mesma naturalidade com que respiramos, com a mesma prontidão que reagimos ao perigo e com a mesma profundidade que meditamos”. (SANTAELLA, 2000 p. 11).

Para Décio Pignatari (1977), entre as principais finalidades da Semiótica está a indagação sobre a natureza dos signos e suas relações. Nessa altura convém então a pergunta: o que é um signo?

Signo ou Representamen é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, e cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido, ao signo assim criado denominado interpretante do primeiro signo.

O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do representâmen. (PIGNATARI 1977, p. 46)

Pignatari (1977) diz ainda que, pelo menos hipoteticamente, a palavra signo, através do latim “signum”, vem do étimo grego *sechnom*, raiz do verbo “cortar”, “extrair uma parte de” e que deu, em português, significado à família de palavras como: secção, seccionar, sectário, seita e, possivelmente, século, que em espanhol é “siglo”, e sigla. Portanto, para o autor, o signo não é somente objeto, é algo distinto, ele existe ali para designar ou significar outra coisa – para que algo possa ser um signo, esse algo deve representar alguma outra coisa, chamada seu objeto. E ele pode ser perceptível, imaginável ou mesmo inimaginável, num certo sentido, e dá como exemplo o cheiro da fumaça – que pode designar fogo, ou ainda a palavra “estrela” – que quando pronunciada, pode ter vários significados: astro com luz própria, artista célebre ou ainda, ser sinônimo de sorte. O signo é na Semiótica o ente fundamental e foi idealizado por Peirce como o elemento por meio do qual a mente de um intérprete pode conhecer, modificar ou ampliar o entendimento de algo.

Segundo Queiroz (2004), Peirce desenvolveu “(...) um sofisticado modelo de signo como processo, ação, relação, tendo construído elaboradas divisões de signos

para descrever esses processos”. (QUEIROZ, 2004, p.21). E usou a ideia de signo na construção de sua teoria Semiótica propondo que o entendimento de algo por uma mente ocorre pela semiose, termo definido por ele como processo de significação.

É preciso salientar que semiose e Semiótica são coisas distintas; para Eco (2004) a semiose é um fenômeno e a Semiótica é um enunciado teórico sobre os fenômenos semióticos. Como mencionado, Peirce definiu a semiose na relação de três componentes: signo, objeto e interpretante, sendo que ao defini-la, não convencionou a presença de um interprete ou sujeito consciente, considerando-a um processo. Peirce, no início de seus trabalhos, estabeleceu três tricotomias do signo; a primeira tricotomia envolve a natureza material do signo, se dá em relação ao signo consigo mesmo por uma qualidade, uma singularidade ou uma lei geral. Dessa maneira, um signo pode ser um *quali-signo*, um *sin-signo* ou um *legi-signo*. A segunda tricotomia diz respeito a relação do signo com seu objeto – assim, um signo pode ser um ícone, um índice ou um símbolo; e a terceira tricotomia relaciona o signo ao seu interpretante. Um signo pode ainda ser um rema, um *dici-signo* ou um argumento e a relação entre estas tricotomias gera 10 classes de signos, formando a percepção que se dá em três níveis que serão elucidados: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade.

2.2. A Primeiridade

Denomina-se a Primeiridade como sendo o “presente absoluto”, tal presente é marcado pelo instante do momento em si mesmo. Peirce (1972, p.24) a define como “algo que é aquilo que é sem referência a qualquer outra coisa dentro dele, ou fora dele, independentemente de toda força e de toda razão”. Neste ponto, o autor nega qualquer grau de abstração que possa ser incluído ou ausentado da memória de um sujeito que contempla o pôr-do-sol, por exemplo. O simples fato de estar diante do pôr-do-sol, em um determinado dia, torna esse momento em si mesmo uma *originalidade livre*. O alaranjado do céu neste pôr-do-sol seria único, é tal como é, sendo ao mesmo tempo, a ausência de qualquer ação. Este tempo de apreensão, reconhecido na fenomenologia peirciana, é tido como a pura qualidade de sensação. Qualidade esta, que pressupõe certo grau de incerteza, sendo algo bastante particular para cada indivíduo – portanto, a noção de primeiro é característica predominante das sensações, livre de qualquer julgamento de valor, interpretação e pensamento.

2.3. A Secundidade

A segunda categoria de Peirce se apresenta muito próxima ao conceito de realidade como existente. Definida pelo autor como, alheia a qualquer maneira e independente de qualquer interpretação; é o *factual*, é a reação aos fatos externos, a ação do sentimento sobre nós. Peirce diz ainda que a realidade consistiria nos efeitos que as coisas que fazem parte da realidade produzem, esta noção de realidade possui estreita relação com a categoria do segundo, pois é vivida cotidianamente, e consta como principal característica da Secundidade. É importante diferenciar a qualidade de sensação, ou de sentimento, apresentada na Primeiridade e a sensação, de fato, da Secundidade. A primeira, não demonstra resistência ou conflito algum, é um sentir puro, enquanto que a segunda já se põe em conflito com o eu existente no mundo, sendo a percepção das sensações que se apresentam à consciência. Pode-se dizer então, que a Secundidade é a ação da realidade sobre o indivíduo.

2.4. A Terceiridade

Categoria da interpretação do que se apresenta à nossa mente, é o elemento responsável pela ligação do primeiro e do segundo por meio dos signos, ou quando algo passa a representá-lo como signo. Quando a Secundidade da realidade se torna Terceiridade por meio do julgamento, funcionando como mediador entre nós e a realidade. Para Santaella (2012), Terceiridade é:

“(...) sua forma mais simples, signo ou representação. Dado que, para compreender, ou entender, algo presente no mundo, ou até mesmo no nosso próprio pensamento, produzimos outro pensamento como mediador, não há como contradizer a ideia de que estamos inseridos dentro da lógica do terceiro e, conseqüentemente, no universo dos signos. As três categorias fundamentais existem de maneira que uma não exclui as demais.” (SANTAELLA, 2012, p.79)

A Primeiridade, Secundidade e Terceiridade estão presentes no mundo podendo ser percebidas em diferentes níveis de atuação, porém nunca de maneira isoladas se relacionando constantemente entre si: a Terceiridade pressupõe a existência da Secundidade e da Primeiridade, enquanto na Secundidade há Primeiridade. Mas é importante, para fechar esse raciocínio, entender que numa experiência de Primeiridade, pode haver traços de Secundidade e de Terceiridade, porém com características predominantes de uma, sendo que o mesmo acontece nas outras relações triádicas.

1) Qualidades	2) Objetos	3) Mente
1.1) Flash, incandescência mental, Primeiridade	2.1) Qualis: de qualidade	3.1) Sentimento ou consciência imediata
1.2) Ação do fato atual, o fato em si, ocorrência em si mesmo	2.2) Fatos de Secundidade (dual) - um com o outro/atrito entre dois elementos	3.2) Sensação do fato/comoção - emoção (mas já é decodificado)
1.3) lei que governa os fatos	2.3) Fatos de Terceiridade/Signo	3.3) Mente nela mesma (momento do agora)

Quadro retirado de anotações, utilizado em sala de aula, Semiótica Peirceana, ministrada por Lucia Santaella no 1º semestre 2014, PUC/SP

Para ilustrar e esclarecer a divisão das categorias, Pignatari cita o seguinte exemplo:

Estou caminhando por uma via de um grande centro urbano, sem que nenhuma ideia me ocupe a mente de modo particular e nenhum estímulo exterior enrijeça a minha atenção: em estado aberto de percepção cônica,

digamos. Ou seja, em estado de Primeiridade. Por um acidente qualquer – um raio de sol refletido num vidro de um edifício – minha atenção isola o referido edifício do conjunto urbano, arrancando-me da indeterminada situação perceptiva do estado anterior, ancorando-me no aqui-e-agora da Secundidade. Em seguida, constato que essa construção é um “arranha-céu de vidro”, que se insere no sistema criado por Mies van der Rohe, nos anos 20; que Mies, por seu lado, nada mais fez do que desenvolver as possibilidades construtivas do aço e do vidro, coisa que Paxton já havia feito no seu famoso “palace made o’ windows” (Thackeray), o Palácio de Cristal, de Londres, em 1851 etc. etc. Este estado de consciência corresponde à Terceiridade. (PIGNATARI, 2004, p. 46).

O princípio de entendimento, se estabeleceria com a dúvida, que foi instituída no pensamento por René Descartes que rompeu definitivamente com a Escolástica¹⁶ e com o modo dicotômico de pensamento, esse novo método de pensar trouxe um outro elemento: a razão. Peirce também utilizava a dúvida como modo pelo qual o pensamento racional se estabelece, mas incorporou a este modo outro elemento: para que exista a dúvida é necessária uma “coisa” primeira. Qualquer coisa, ou pelo menos o nome da coisa, um pensamento tão primitivo que pode até mesmo ser uma sensação. Dessa maneira, temos uma qualidade primeira, ou Primeiridade que é a sensação, uma Secundidade que é a dúvida, e por fim, a reflexão que fazemos no momento terceiro do pensamento que é denominada de Terceiridade.

Thomas S. Knight (1965), pesquisador que divide seus estudos entre computação e biologia, mais especificamente no estudo da biologia sintética, interpretou epistemologicamente as categorias peirceanas, e entendeu que a Primeiridade, referindo-se a um sentido de qualidade ou a uma ideia de sentimento, seria um estado de consciência sobre o qual pouco pode ser afirmado: é incomparável, não-relacional, indiferenciado, impermutável, inalisável, inexplicável, indescritível, não-intelectual e irracional. Tratando-se de consciência instantânea, é não-cognitivo, original, espontâneo; é um simples sentido e qualidade – o sentido de qualidade de uma cor, por exemplo. Já a Secundidade, pela ótica do mesmo autor, seria uma ideia de fato, que pode ser de luta, de resistência, de poder, de volição ou de esforço; sendo realizada ou percebida nos estados de choque, surpresa, ação e percepção. Metafisicamente, caracteriza-se pela alteridade, pelo não-ego, o momento do agora constitui uma Secundidade. Já a Terceiridade em sua visão, não seria apenas a consciência de algo, mas também a sua força ou capacidade sancionadora – sendo cognitiva, torna possível a mediação entre Primeiridade e Secundidade, implicando dessa forma, na previsibilidade dos fatos.

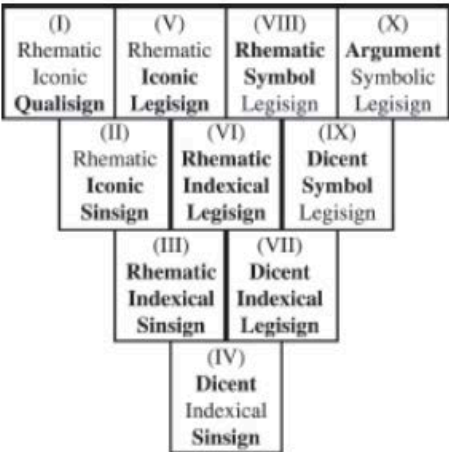
A classificação dos signos foi uma das grandes contribuições de Charles Sanders Peirce à Semiótica, ele estabeleceu 10 tricotomias, ou 10 divisões triádicas do signo cuja combinação resultam inúmeras classes. Pignatari (1977, p. 51) diz que, “por volta de 1906, Peirce descobriu que existem 10 tricotomias e 66 classes de signos. A análise das divisões adicionais nunca foi satisfatoriamente completada”. Mas o autor faz um adendo, defendendo que sobre isto, Peirce já havia advertido, “Não assumirei o encargo de levar minha sistemática divisão dos signos mais longe, mas deixarei isso para futuros exploradores” (idem).

¹⁶ Disponível em: <http://www.infoescola.com/filosofia/escolastica/>
Acessado em 30/10/15

Dentre as 66 classes, há dez principais, às quais ele dedicou observações detalhadas, e se estabelecem na relação do signo consigo mesmo: Quali-signo, Sin-signo, Legi-signo; do signo com seu objeto: Ícone, Índice, Símbolo; e do signo com seu interpretante: Rema, Dicente, Argumento. Santaella (1995):

Cada uma dessas divisões foi então re-subdividida de acordo com as variações próprias das categorias de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. Os signos em si mesmos podem ser: 1.1 qualidades; 1.2 fatos; e 1.3 ter a natureza de leis ou hábitos. Os signos podem estar conectados com seus objetos em virtude de: 2.1 uma similaridade; 2.2 de uma conexão de fato, não cognitiva; e 2.3 em virtude de hábitos (de uso). Finalmente, para seus interpretantes, os signos podem representar seus objetos como: 3.1 sendo qualidades, apresentando-se ao interpretante como mera hipótese ou rema; 3.2 sendo fatos, apresentando-se ao interpretante como dicentes; e 3.3 sendo leis, apresentando-se ao interpretante como argumentos. Dessas nove modalidades, Peirce extraiu as combinações possíveis. Aquilo que um signo representa para seu objeto dependerá, em parte, do tipo de conexão entre signo e objeto e a espécie de conexão dependerá do caráter ou natureza do próprio signo (SANTAELLA, 1995, p. 121).

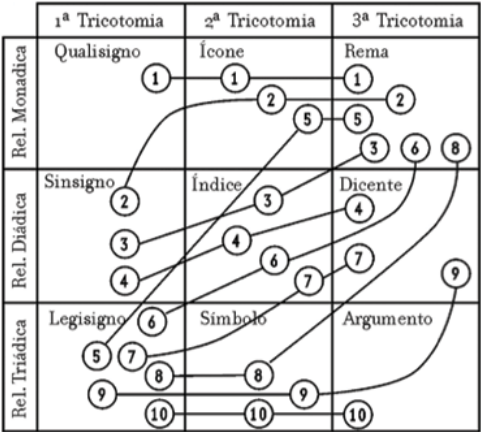
Observando o quadro a seguir:



- I. Quali-signo, icônico, remático.
- II. Sin-signo, icônico, remático.
- III. Sin-signo, indicativo, remático.
- IV. Sin-signo, indicativo, dicente (dici-signo ou dissisigno).
- V. Legi-signo, icônico, remático.
- VI. Legi-signo, indicativo, remático.
- VII. Legi-signo, indicativo, dicente. (dici-signo ou dissisigno).
- VIII. Legi-signo, simbólico, remático.
- IX. Legi-signo, simbólico, dicente. (dici-signo ou dissisigno).
- X. Legi-signo, simbólico, argumental.

Diagrama desenhado por Peirce em seu ‘Syllabus’, 1903, EP 2:296

Sobre as três tricotomias mais importantes, as referentes ao signo, ao objeto e ao interpretante; Pignatari (1977) explica que, no “vértice-do-signo” (considerando em si mesmo), pode ser classificado em qualisignos, sinsignos e legissignos, que correspondem pela ordem, à Primeiridade, Secundidade, Terceiridade.



Os cruzamentos correspondem às relações permitidas entre as tricotomias. Os números se referem às dez classes (figura baseada em Merrel, 1996, p. 8). A notação é encontrada em Peirce no manuscrito 799 (Peirce, 1967)

2.5. As 10 tricotomias estabelecidas por Charles Peirce

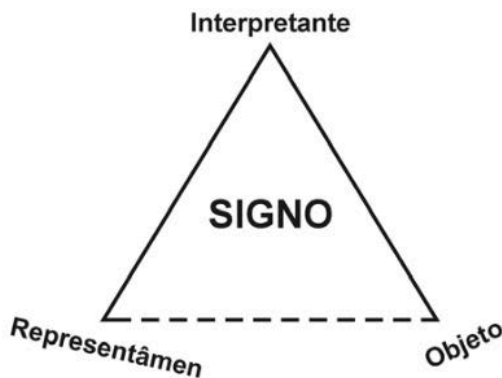
1ª CLASSE – Quali-signo Icônico Remático

Segundo Pierce, é uma qualidade qualquer, na medida em que é um signo. Dado que uma qualidade é tudo aquilo que positivamente é em si mesma, uma qualidade só pode denotar um objeto por meio de algum ingrediente ou similaridade comum, de tal forma que um qualissigno é necessariamente um Ícone. Além disso, como uma qualidade é uma simples possibilidade lógica, só pode ser interpretada como um signo de essência, ou seja, um Rema. Como exemplos: uma pintura abstrata considerando a sua qualidade primeira. Sensação: cores, luminosidade, textura, sem a tentativa de interpretação – nível da Primeiridade. Santaella (1995) complementa:

Um rema é um signo que é interpretado por seu interpretante final como representando alguma qualidade, que poderia ser encarnada em algum objeto possivelmente existente. É assim que o quali-signo é compreendido no interpretante final, como presença de um signo de uma qualidade que poderia estar corporificada em alguma ocorrência ou alguma entidade apenas possível. Na lógica, o rema corresponde ao que Bertrand Russel chamava de função proposicional. Por exemplo: ‘... é preto’, ‘... é um cavalo’, ‘... é guerra ou paz’. (Santaella, 1995, p. 188).

2ª CLASSE – Sin-signo Icônico Remático

Segundo Peirce é “todo objeto de experiência na medida em que alguma de suas qualidades faça-o determinar a ideia de um objeto. Sendo um Ícone e, com isso, um signo puramente por semelhança de qualquer coisa com que se assemelhe, só pode ser interpretado como um signo de essência, ou Rema. Envolve um Quali-signo”, por exemplo, a triangulação para representar os três polos que constituem um signo e suas relações: Significado / Interpretante / Representamen – Significante Objeto / Referente



Relação triádica proposta por Peirce. (1962, p. 105)

Observa-se, na representação peirceana, que as linhas que unem o *representâmen*, o *objeto* e o *interpretante* são diferentes. Uma é pontilhada, as outras, não. As linhas que ligam o *representâmen* ao *interpretante* e este ao *objeto* não são pontilhadas. Isso ocorre porque, nesse caso, há relações causais, constatáveis pelos efeitos causados sobre a atitude do receptor da mensagem. Por outro lado, entre o

representâmen e o *objeto* não há relações pertinentes, nem causais nem de obrigatoriedade. Entende-se então que a mediação entre *representâmen* e *objeto* é dada pelo interpretante. Ainda, segundo Santaella (1995):

Por exemplo, um diagrama individual como um objeto da experiência é um sin-signo, mas se alguma de suas qualidades o leva a determinar a ideia de um objeto, será um ícone, isto é, um signo puramente por semelhança, de seja lá o que for com que se assemelhe. Assim sendo, só pode ser interpretado como um rema, um possível. Mais uma vez, não apenas o quali-signo e o sin-signo icônicos, mas também o sin-signo indicial poderá ser um rema. (SANTAELLA, 1995, p. 188)

3ª CLASSE – Sin-signo Indicativo Remático

É todo objeto da experiência direta na medida em que dirige a atenção para um objeto pelo qual sua presença é determinada. Envolve necessariamente um Sin-signo Icônico de um tipo especial do qual, no entanto, difere totalmente dado que atrai a atenção do intérprete para o mesmo objeto denotado. Por exemplo, ao levar um susto, João deu um pulo espontâneo, e dessa maneira, dirigiu sua atenção para o objeto que causa o susto; ou ainda, o aluno ficou corado de vergonha ao levar uma bronca da professora.

4ª CLASSE – Sin-signo Indicativo Dicente

É todo objeto da experiência direta na medida em que é um signo e, como tal, propicia informação a respeito de seu objeto, isto só ele pode fazer por ser realmente afetado por seu objeto, de tal forma que é necessariamente um Índice, ou seja a única informação que pode propiciar é sobre um fato concreto. Um signo desta espécie deve envolver um Sin-signo Indicial Remático para indicar o objeto ao qual se refere a informação. Mas, segundo Peirce, o modo de combinação, ou sintaxe, destes dois deve ser significante. Por exemplo, a *Flor Onze Horas* que só abre às 11h (indica o horário – confere uma informação concernente à existência concreta); ou ainda, pegadas na areia – que indicam que alguém passou por ali; ou o ponteiro da bússola, que indica sempre o Norte. Está no nível de Secundidade, pois não está mais no puro sentir – e é anterior a mediação do pensamento articulado, porém exige início do raciocínio e além disso, há uma relação. Lúcia Santaella (1995) novamente, indica:

No nível de Secundidade, o dicente (ou dici-signo) é um signo que será interpretado pelo seu interpretante final como propondo e veiculando alguma informação sobre um existente, em contraposição ao ícone, por exemplo, do qual só se pode derivar informação. O meio mais fácil de reconhecer o dicente é saber que ele ou é verdadeiro ou é falso, mas em contraposição ao argumento, o dicente não nos fornece razões por que é falso ou verdadeiro. Ele é um signo puramente referencial, reportando-se a algo existente. Desse modo, seu interpretante terá uma relação existencial, real com o objeto do dicente, tal como este mesmo tem. (Santaella, 1995, p.190)

5ª CLASSE – Legi-signo Icônico Remático

É todo tipo ou lei geral, na medida em que exige que cada um de seus casos corporifique uma qualidade definida, que o torna adequado para trazer à mente a ideia de um objeto semelhante. Sendo um Ícone, deve ser um Rema, sendo um Legi-signo,

seu modo de ser é o de governar réplicas singulares, cada uma das quais será um Sin-signo Icônico de um tipo especial. Exemplos práticos: um gráfico que represente o crescimento da exportação no Brasil; ou ainda qualquer diagrama em geral sem estar ligado a algo particular (é uma convenção/ lei que se apresenta como signo de algo) e está no nível do pensamento articulado, ou Terceiridade, Santaella (1995) complementa:

Por exemplo, um diagrama, se desconsiderarmos sua individualidade factual e atentarmos para a sua lei ou tipo geral que, funcionando iconicamente, exige que cada um dos seus casos incorpore uma qualidade definida que o torna apto a despertar, no espírito, a ideia de um objeto semelhante; então, em relação ao interpretante, esse diagrama será um rema. (SANTAELLA, 1995, p. 189)

6ª CLASSE – Legi-signo Indicativo Remático

É todo tipo ou lei geral, qualquer que seja o modo pelo qual foi estabelecido, que requer que cada um de seus casos seja realmente afetado por seu objeto de tal modo que simplesmente atraia a atenção para esse objeto. Cada uma de suas Réplicas será um Sin-signo Indicial Remático de um tipo especial. O interpretante o representa como um Legi-signo Icônico, e isso ele é, em certa medida – porém em uma medida bem diminuta. Exemplos: pronomes demonstrativos como este, aquele, isso, aquilo, “o que é *aquilo*?”; “*Aquilo* é uma pipa”, nos dão ideia de indicação; ou ainda, a sirene de uma ambulância, que indica através da sonoridade que ali há uma ambulância e que se deve esperar ou dar passagem. Segundo Santaella (1995):

Todas as palavras, por exemplo, são legi-signos, e, por pertencerem ao sistema de uma língua, sempre altamente arbitrário e convencional, estão relacionadas simbolicamente aos seus objetos. Mas há palavras, tais como “isto”, “aqui”, “eu” etc., (...) cuja relação indicial é proeminente. (SANTAELLA, 1995, p. 176)

7ª CLASSE – Legi-signo Indicativo Dicente

Peirce nos diz que essa classificação engloba todo tipo de lei geral, qualquer que seja o modo pelo qual foi estabelecido, que requer que cada um de seus casos seja realmente afetado por seu objeto de tal modo que forneça uma informação definida a respeito desse objeto. Deve envolver um Legi-signo Icônico para significar a informação e um Legi-signo Indicativo Remático para denotar a matéria dessa informação. Cada uma de suas Réplicas será um Sin-signo Dicente de um tipo especial. Exemplos são bem assertivos, como uma placa indicando estacionamento exclusivo para pessoas portadoras de deficiência, ou um cartaz mostrando que é proibido fumar.

8ª CLASSE – Símbolo Remático ou Rema Simbólico

Segundo o Peirce, é um signo relacionado com seu objeto por uma associação de ideias gerais, de maneira tal que sua réplica desperta uma imagem no espírito, imagem que, devido a certos hábitos ou disposições daquele espírito, tende a produzir um conceito geral, sendo a réplica interpretada como signo de um objeto que é um caso daquele conceito. Assim o símbolo Remático ou é, ou muito se assemelha, ao que os lógicos denominam *Termo Geral*. O símbolo Remático, como qualquer

símbolo, participa necessariamente da natureza de um tipo geral e é, assim, um Legi-signo. Sua réplica, todavia, é um Sin-signo Indicativo Remático de tipo especial, no sentido de que a imagem que surge ao espírito, atua sobre um símbolo, para darpor sua vez surgimento a um *Conceito Geral*. Por exemplo os substantivos comuns, pois possuem ideia geral devido a uma convenção; o leão, para designar força e nobreza; bandeira branca, paz; assim como outras metáforas. Estaria no nível de Terceiridade, onde há o pensamento articulado. Santaella (1995) cita como legi-signo simbólico um exemplo dado por Peirce:

Falamos de escrever ou pronunciar a palavra ‘homem’, mas isso é apenas uma réplica ou materialização da palavra que é pronunciada ou escrita. A palavra, em si mesma, não tem existência, embora tenha ser real, consistindo em que os existentes deverão se conformar a ela. É um tipo geral de sucessão de sons, ou representamens de sons, que só se torna um signo pela circunstância de que é um hábito ou lei adquirida levam as réplicas, a que essa sucessão dá lugar, a serem interpretadas como significando um homem. Tanto as palavras quanto seus signos são regras gerais, mas a palavra isolada determina as qualidades de suas próprias regras. (Peirce, apud Santaella, 1995, p. 176)

9ª CLASSE – Símbolo Dicente ou Proposição Ordinária

É um signo ligado a seu objeto através de uma associação de ideias gerais e que atua como um símbolo Remático, exceto pelo fato de que seu pretendido interpretante representa o símbolo Dicente como sendo, com respeito ao que significa, realmente afetado por seu objeto, de tal modo que a existência ou lei que ele traz à mente deve ser realmente ligada com o objeto indicado. Assim, o pretendido interpretante encara o símbolo Dicente como um Legi-signo Indicativo Dicente; e se isto for verdadeiro, ele de fato compartilha dessa natureza. Tal como o símbolo Remático, é necessariamente um Legi-signo; tal como o Sin-signo Dicente, é composto, dado que necessariamente envolve um símbolo Remático para exprimir sua informação e um Legi-signo Indicativo Remático para indicar a matéria dessa informação.

Mas a sintaxe destes é significativa; a réplica do símbolo Dicente é um Sin-signo Dicente de um tipo especial; percebe-se facilmente que isto é verdade quando a informação que o símbolo Dicente veicula, refere-se a um fato concreto; não podendo veicular informação de lei. Como exemplos, pode-se citar as afirmações: “Nenhum cisne é negro”; “Pode trovejar sem chover”; Qualquer proposição do tipo “A é B”. Está no nível de Terceiridade, onde o pensamento é articulado. Santaella (1995), decodifica:

Para distinguir a proposição, que é um dici-signo simbólico, de um dici-signo indicial, Peirce deu o exemplo da fotografia. A mera impressão, em si mesma, não veicula informação nenhuma, mas o fato de a fotografia ser virtualmente uma secção de raios projetados a partir de um objeto conhecido sob outra forma, torna-a um dici-signo, pois todo dici-signo é uma determinação ulterior de um signo já conhecido do mesmo objeto. (Santaella, 1995, p. 192)

10ª CLASSE – Argumento

É um signo cujo interpretante representa seu objeto como sendo um signo

ulterior através de uma lei, a saber, a lei segundo a qual a passagem dessas premissas para essas conclusões tende a ser verdadeira. Manifestamente, então, seu objeto deve ser geral, ou seja, o Argumento deve ser um símbolo. E como símbolo, ele deve, além do mais, ser um Legi-signo. Sua réplica é um Sin-signo Dicente. Isto pode acontecer de três modos: deduções, induções e abduções. Ou seja, um Argumento é um signo de raciocínio lógico, que relaciona premissas sugerindo uma conclusão verdadeira. Está no nível de Terceiridade, por exemplos: formas poéticas; resenhas; letras de musica.

Como se pode observar, as três tricotomias resultam juntas, na divisão dos signos em 10 classes, que nada mais são do que o desdobramento lógico das combinações possíveis entre as tríades. A tricotomia peirceana é um método de análise que permite distinguir entre diferentes aspectos da semiose, mas, quanto à sua realização ou ocorrência no mundo, nenhum signo pertence exclusivamente a uma destas classes. Os signos podem assumir características diversas segundo os casos e as circunstâncias em que os usamos, e todos necessitam, como vimos nas definições, do tipo de signo de ordem anterior, ou seu contexto. Não existe signo puro, mas sim, características predominantes, segundo Umberto Eco (1997):

A verdade é que, como diz Peirce, é um terrível problema dizer a que classe um signo pertence. Isto significa que os signos podem assumir características diversas segundo os casos e as circunstâncias em que usamos, até porque têm um caráter fundamental comum – objecto de uma teoria unificada de signo que supere as várias classificações. (ECO, 1997, p.67)

A Teoria dos Signos, criada por Charles Peirce, desempenha um papel de extrema importância em diversos estudos do campo comunicacional. Como dito anteriormente, Peirce rompeu com a dicotomia significante/significado, esclarecendo o processo de significação, com sua noção de interpretante, e este encadeamento é contínuo, pois o signo e sua explicação formam outro signo. Que, provavelmente exigirá uma interpretação adicional, o que formará um signo ainda mais amplo – e assim, sucessivamente. A grande contribuição de Peirce, foi exatamente criar um modo onde podemos classificar um signo por meio de um método lógico. Ele tentou fundar uma ciência geral dos signos que pudesse dar conta do mundo, da experiência humana e garantir a sua comunicabilidade. Pode-se dizer, sem exagero, que sua reflexão sobre a linguagem, o signo e significação; pontua um dos momentos mais importantes da história do pensamento ocidental.

Como sistema de signos, a linguagem jornalística está atrelada a sua condição semiótica, por mais que tente apresentar, ou representar, os fatos de maneira isenta, sempre vão existir aspectos na mediação jornalística não contemplados dentro da realidade recortada. E essa hipótese deve ser analisada sob o prisma das condições de parcialidade, referencialidade e alteridade do signo; tal como Peirce as concebe. A questão que se busca investigar é, até que ponto a linguagem jornalística seria capaz de cumprir com seu ideal de transparência, sendo ela, como dito; uma representação dos fatos da realidade? Entendo a semiótica peirceana não como um modelo formal, que se aplica para a análise de produtos de linguagem, mas como ferramenta epistemológica que ajuda na compreensão das lógicas implicadas na constituição das linguagens. É dessa perspectiva que incorporo a sua teoria, nos modos como investigo os processos do jornalismo e, especialmente, a representação da mulher nesse aspecto.

3. TELEVISÃO – SIGNO SEMIÓTICO

A televisão é a mídia mais popular no Brasil, está presente na quase totalidade dos lares brasileiros, mas antes de discorrer sobre essa afirmação é preciso conceituar, o termo *mídia*. Essa palavra tem diferentes origens e é utilizada de varias maneiras. Em publicidade o termo remete à atividade profissional que trata do planejamento a veiculação das mensagens publicitarias nos meios de comunicação selecionados: rádio, televisão e internet. Também pode ser utilizada para designar o conjunto dos veículos de comunicação usados na campanha publicitária de um produto, ou ainda um suporte físico ou tecnologia empregada no registro das informações: CD, DVD, papel ou película cinematográfica. Já o termo, no sentido comunicacional, é muito mais amplo e se configura em uma enorme variedade.

Segundo os autores Rabaça & Barbosa (2002), a etimologia da palavra tem origem no latim *media*, plural de *médium*, que, por sua vez, significa *meio*. O uso da palavra no Brasil é um misto entre a escrita portuguesa *media* com a pronúncia em inglês (que também tem a escrita *media*), gerando a palavra comumente utilizada, *mídia*. Marcondes Filho (2009) explica que *mass media* é um termo anglo-saxão do início do século XX, utilizado para caracterizar o conjunto dos meios de comunicação de massa:

especialmente as cadeias supra regionais de difusão, inicialmente em radio e nos veículos impressos, jornais e revistas, que passaram a ter tiragens em alta escala. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 242).

Isso posto, voltamos à televisão, em dados mais recentes de uma pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação¹⁷, ela é o meio de comunicação de maior abrangência no país. Segundo o levantamento, é assistida por 96,6% da população brasileira, sendo que os canais da televisão aberta são assistidos por 83,5% dos entrevistados, e 10,4% assistem, além da TV aberta; canais de TV por assinatura. No total, os canais abertos são assistidos por 93,9% dos entrevistados, e somente 2,7% afirmaram que assistem apenas canais de TV por assinatura, ainda segundo a pesquisa, os telejornais são considerados a programação televisiva mais relevante para 64,6% dos entrevistados – a segunda programação considerada mais importante consiste nas novelas (16,4%) e os programas esportivos aparecem em terceiro lugar, com 7,2% da preferencia. Novamente Ferrés (2008):

A televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da historia da humanidade. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu. Nenhum outro meio de comunicação na historia havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, e nenhum havia demonstrado um poder de fascinação e de penetração tão grande (FERRÉS, 1998, p. 13).

¹⁷ Rede Globo é a emissora preferida, aponta pesquisa encomendada pelo governo federal
Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/06/rede-globo-e-emissora-preferida-aponta-pesquisa-encomendada-pelo-governo-federal.html>
Acessado em 06/10/15

A televisão brasileira se desenvolveu de maneira única e compreender como isso aconteceu é essencial para o desenvolvimento de um olhar mais apurado e preciso sobre a linguagem televisual no nosso país. Marcondes Filho (1988), defende que cada país desenvolveu um sistema próprio de televisão, e esse modo depende essencialmente da cultura e da própria constituição histórica e social do país onde o meio está inserido. O autor conta ainda que o rádio e o circo foram elementos que deram origem ao modelo televisual do Brasil, diferente de outros países, como os EUA, que trouxe para sua televisão referências cinematográficas e teatrais.

O Brasil, embora já tivesse uma produção de filmes e uma tradição teatral antigas, não contou, pode-se dizer, com essa participação na constituição de sua linguagem televisiva. Ela derivou-se mais das formas de comunicação populares: o circo e o rádio. (...) A influência do circo sobre a TV brasileira é vista não apenas pela presença dos palhaços ou do homem de auditório, mas também pelo estilo circense de alguns animadores, como Chacrinha, Silvio Santos, Bolinha (MARCONDES FILHO, 1988, p. 43).

Com o passar dos anos a televisão brasileira foi encontrando novos formatos e gêneros que, ainda segundo o autor, foram tirando o espaço da imaginação do telespectador; resultando em produtos televisuais com conteúdos de fácil digestão, para que se tornassem mais fáceis de compreender.

3.1. François Jost e o processo semiótico da identidade televisiva

François Jost nasceu em Paris em 1949, é diretor do *Centre d'études sur l'image et son médiatiques* (CEISME)¹⁸, na *Université Paris III, em Sorbonne Nouvelle*. Sua obra é centrada na análise semiótica da produção e recepção midiática, principalmente sobre televisão e cinema, mas segundo entrevistas¹⁹ o autor se diz fascinado, especialmente, por tudo que tenha relação com a linguagem televisiva, sendo capaz de discorrer por horas sobre a influência norte-americana na televisão francesa com a mesma assertividade com que fala de programas populares brasileiros, como *Cidade Alerta* e *Domingão do Faustão*. Jost é autor de vários livros sobre comunicação televisiva, entre eles "Seis lições sobre televisão"(2004), que usaremos como base desse capítulo, buscando entender como se dá o *conceito de promessa* desenvolvido pelo autor dentro dos telejornais brasileiros.

O conceito de promessa foi elaborado por François Jost a partir de uma tentativa de pensar a relação entre meios de comunicação, particularmente a televisão, e seus receptores. O autor partiu das noções contratuais estabelecidas anteriormente por Patrick Charaudeau (1994), e desenvolveu a partir disto a sua *ideia de promessa*, que basicamente se baseia na crença do telespectador em relação ao que é veiculado pela TV, que por sua vez, estabelece seu vínculo com a audiência por meio de gêneros televisivos. Sobre o conceito de contrato de comunicação proposto anteriormente por Charaudeau, Jost afirma que o objetivo desse acordo é “tentar fazer com que o outro

¹⁸ Disponível em:

<http://www.univ-paris3.fr/ceisme-centre-d-etude-sur-les-images-et-les-sons-mediatiques-24347.kjsp>

Acessado em 31/10/15

¹⁹ Disponível em:

<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/viewFile/387/188>

Acessado em 31/10/15

entre na própria intencionalidade do proponente” (JOST, 2004, p. 11).

A esse respeito, César Guimarães (1999) lembra dois aspectos que devem ser observados em relação ao *contrato de comunicação* formulado por Charaudeau. Por um lado, Guimarães reconhece que a noção é adequada para pensar a troca comunicativa sob o pano de fundo praxiológico, visto que abandona a dimensão *representacional*. Essa conclusão pode ocorrer porque Charaudeau considera não apenas os elementos interiores à produção discursiva para a constituição do contrato, mas também o contexto, o âmbito situacional da troca comunicativa, que se torna, segundo suas palavras:

“uma atividade conjunta de construção de uma perspectiva comum, de um ponto de vista partilhado, como base para a inferência e a ação”.
(GUIMARÃES, 1999, p. 115)

Como o foco de estudos de Jost é a televisão, ele considera que esse *contrato de comunicação* funcionaria apenas numa situação de uma comunicação *face a face*, uma vez que nesse tipo de interação é possível que os interlocutores reorientem as trocas simbólicas. Além disso, o autor pontua que o contrato relaciona-se com *leitores ideais* e sempre os mesmos, o que, em sua opinião, é insuficiente para dar conta das audiências televisivas, que mudam frequentemente.

3.1.1. O conceito de promessa

O autor sugere, diante das limitações vistas em relação aos conceitos de contrato, que se trabalhe com a ideia de promessa para abranger a comunicação televisual e sua relação com os telespectadores. Na *promessa*, o sujeito se engajaria por meio de crença na atividade de assistir à TV, uma vez que ele só pode esperar que o prometido pelo canal seja cumprido, ou não. Entretanto, mesmo sendo a crença o ponto principal da noção de promessa, não é só nela que se sustenta a relação entre telespectador e TV.

As competências e os saberes dos sujeitos que assistem aos conteúdos da televisão também importam, já que os gêneros que compõem o quadro da programação televisiva (jornal, documentário, filme de ficção) são anteriores ao aparecimento da TV. (JOST, 1997, p. 7)

O modelo da promessa se baseia em duas hipóteses: a primeira é a de que o gênero se constitui como interface que promove a ligação entre a televisão e o telespectador, por exemplo, o gênero comédia promete fazer o telespectador rir; o dramático, chorar; o informativo, informar. Já a segunda hipótese está no fato de que a promessa não está apenas no programa analisado, mas também naquilo que vem antes ou durante sua transmissão, como a publicidade e também o que é falado sobre o programa em outras atrações veiculadas pelo canal. Assim, essas duas hipóteses dizem sobre os modos como os gêneros televisivos são pensados do ponto de vista da produção, mas também revelam a preocupação com o telespectador, uma vez que é fundamental levar em conta os repertórios compartilhados socialmente sobre o que são os gêneros, seja comédia, drama ou um programa jornalístico. Então, pode-se concluir que isso se baseia em um tripé: no modo como o programa é construído, no que falam sobre ele na programação e na maneira como é apresentado, essa é a construção que a televisão faz do receptor e a relação que se pretende construir por meio da interação realizada.

Mas mesmo considerando o conceito de gênero crucial para o entendimento da promessa, François Jost vê com reservas as propostas feitas pela teoria literária para o entendimento do gênero televisual. O autor sugere então, pensar em três modos de enunciação que são adequados para se pensar as categorias televisuais.

O primeiro modo seria o informativo, que postula que o autor de uma asserção responde à verdade da proposição expressa e deve fornecer as provas que apoiam o que ele afirma. O segundo seria o modo fictício, no qual a regra do verdadeiro é a coerência do universo criado com os postulados e as propriedades que o fundamentam. O terceiro modo, é o denominado lúdico, o qual conjuga as regras de um jogo e também a observação de regras sociais e rituais, que prescrevem o desenrolar do tempo e os efeitos perlocutórios guiam a emissão. (JOST, 1997, p. 12)

Seria então através do gênero que a TV agiria sobre o telespectador, no que o autor denomina de *interior de um quadro semântico*, que ajudaria no direcionamento da interpretação por parte do telespectador. Além disso, ainda segundo o autor, no contexto francês a construção genérica informa ao telespectador sobre aquilo a que vai assistir, dizendo que na França há jornais que ao final da transmissão descrevem os programas seguintes, permitindo dessa forma a audiência saber o que esperar do que vai passar em certo horário; ajudando ainda na elaboração de arquivos na emissora, na classificação dos programas para posterior consulta; e contribuindo também para a regularização de programas por parte do governo.

Jost ressalta que, mesmo a promessa sendo posta unilateralmente (os gêneros televisuais prometem e ao telespectador cabe esperar que a promessa seja realizada), ela não é feita sem a consideração das consequências geradas no lugar da recepção. Para o autor, o telespectador é dotado de liberdade de escolha, e pode não prestar atenção no que está sendo mostrado; trocar de canal; ou ainda, não querer mais ver determinado programa:

(...) o modelo da promessa é mais cidadão [*comparado ao do contrato*]. Esse modelo exige do espectador uma contribuição ativa, embora ela não se dê simultaneamente ao momento da própria promessa”. (JOST, 2004, p. 19)

Quando se discute caráter de pactual do gênero, o autor também argumenta que “o problema não é apenas saber o que é um telejornal ou um documentário; é preciso saber também como a própria televisão denomina tal e tal objeto, como o define.” (JOST, 2004, p. 17). Essa observação do autor aponta, simultaneamente, para o primeiro nível de conexão referida, dependente da natureza auto-referencial do meio e, também para sua variabilidade, uma vez que ao entrar em conexão com outros meios, pode fazer variar suas leis gerais, dessa maneira alterando também o modo como se auto-define, sempre partindo da definição de promessa, é importante destacar. Para Jost, a promessa, ao contrario do contrato ou do pacto, não define o gênero por um saber codificado, mas estabelece uma interface entre televisão e telespectador, de forma a garantir aos emissores a possibilidade de ‘etiquetar’ seus programas – Jornal Nacional, SBT Brasil, Jornal da Band, por exemplo e por serem parte do objeto de estudo da tese – para configurar a promessa que fazem de veicular programação noticiosa e, aos telespectadores, a possibilidade de verificar se a promessa foi efetivamente cumprida.

No livro, o autor ainda observa que o gênero conforma suas matérias para que se realizem as promessas feitas. É importante preservar esta dimensão em sua especificidade, porque ela refere à natureza do meio, à identidade da emissora, ao gênero de programação e também ao programa – com suas especificidades. Cada um desses níveis possui uma gramática específica que se atualiza no nível referido e se reconstrói nos subsequentes, caso não se ocorra ruídos, vale lembrar. Esse movimento de reconfiguração é fundamental para que se observe como se reproduzem, no *mundo televisivo*²⁰ as promessas deste meio, e também para que se percebam manifestações dispersivas em relação aos códigos que caracterizam a *promessa*.

Após esse momento, é que se estabelece uma distinção entre *ver* e *saber*, imbricadas nas relações narrativas; no artigo *O saber do espectador e o saber do telespectador*, traduzido do francês por Reto Melchior (2004)²¹, para ilustrar essa divisão o autor cita como exemplo heurístico, o atentado de 11 de setembro: emulando que o *ver* não pode deixar de prescindir do *saber* – e defendendo que as imagens do atentado, por si mesmas, não são decodificadas enquanto o telespectador não consegue estabelecer uma conexão entre elas e com o mundo que ali se apresenta na TV; as imagens, segundo Jost, serão sempre vinculadas ou ao *real*, ou ao *fictício*, ou ainda ao *lúdico*. A partir disto e da análise do evento, o autor afirma que as imagens só podem ser aceitas como violentas quando filtradas pela somatização humana.

A primeira questão seria saber se esses signos se referem a objetos existentes dentro do contexto real ou a entidades fictícias. Sem levar em consideração as deformações que impõem à realidade, o filme documentário e o telejornal pretendem, enquanto formatos, fazer referência ao mundo real existente, dando informações concretas para ampliar nosso saber sobre ele. Ao telejornalismo especificamente, a televisão junta ainda *a transmissão ao vivo*, proporcionando a impressão de ter acesso direto aos eventos, de ser *testemunhas do mundo*, como o notava Rudolf Arheim já em 1935, que defendia, segundo Jost, que há três razões para poder tomar a sério um documento audiovisual que se apresenta como referencial ao mundo:

- Como *signo do mundo*, pretendendo depor veridicamente sobre o mundo: atualidades, telejornal, reportagens;
 - Como *signo do autor*, exprimindo uma verdade profunda de indivíduos que nos vêm à cabeça quando se fala de sentimentos autênticos, seja em depoimentos, emissões ao vivo ou informações redigidas por indivíduos cuja autoridade é ilesa (valorização de um documento em vista da personalidade de seu autor, por exemplo: o filme do escritor Hervé Guibert, atingido pela AIDS, dando informações sobre seu estado de saúde fatal);
 - Como *documento* que contém uma verdade incontestável.
- (Arheim, apud, Jost, 2004, p 70)

²⁰ Nota do autor: a expressão *Mundo Televisivo* foi proposta por Suzana Kilpp (2005), inspirada pelo artigo *Mundos Artísticos e Tipos Sociais*, de Howard S. Becker (VELHO, 1977, p. 9 – 26).

²¹ Disponível em <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/65583/68195>
Acessado em 31/10/15

Ainda de acordo com Jost, foi Umberto Eco (1983) um dos primeiros a mostrar o papel da oposição *informação* versus *ficção* dentro da categorização dos programas televisivos, observando que há um tipo de emissão difícil de definir nesse contexto: o jogo. “Será que fala a verdade ou que encena uma ficção?” (Eco, 1983, p.203). A resposta não é simples, e o autor chega à conclusão de que sempre existirá uma mistura entre realidade e ficção. “Até o presente momento, tomou-se *duas maneiras de fazer mundos*: seja, referir-se a nosso meio ambiente – que convencionalmente chamamos de realidade, ou referir-se a um mundo mental, fictício.” (Jost, 2004, p.73).” Em ambos os casos, ainda segundo Jost, os signos aspiram a uma certa transparência, sobretudo quando se trata de imagens e de sons. Sendo que, o autor defende que a maioria dos escritos sobre a violência da imagem de que tem conhecimento, não distingue entre a violência *representada* na imagem e a violência *construída* pela imagem, e como visto anteriormente no capítulo sobre a semiótica peirceana, o signo remete a si mesmo de um modo auto-reflexivo, e ao mesmo tempo, remete a um objeto. Para remediar então esse estado das coisas, Jost propõe tomar em consideração a distinção entre *signos do mundo* e *signos do autor* (Realta/Finzione, 2003), que são duas maneiras de encarar as relações pragmáticas do signo (ou *representamen*, segundo Peirce), com seu objeto:

Como ícone, a imagem remete ao motivo ou ao mundo, como o postulam as problemáticas da representação ou da analogia. Quando se fala de imagem violenta, em geral, é por abuso linguístico, para designar imagens que mostram a violência do mundo. Como índice, a imagem ancora no que é a sua fonte ou em quem a utiliza. Assim, a imagem é signo do autor, se admitimos sob esse termo não só uma entidade cheia e romântica, senão a instância antropomórfica - ou não - que a origina. Partindo desse ponto de vista, o fosso é grande entre as imagens automáticas feitas da torre de CNN, captando o atentado do WTC, e as imagens *somáticas*, como aquelas que vimos depois e que guardam os movimentos do corpo e as emoções do homem da câmera. (JOST, 2004, p.79)

Enquanto as imagens predominantemente icônicas²² constroem uma *vista* não marcada do mundo, favorecendo a *transparência*, na medida em que elas não revelam nenhuma presença humana atrás da câmera, as imagens predominantemente indiciais atestam um olhar e, assim, uma identificação antropomórfica, uma visão à altura de homem, deixando imediatamente apreensível a violência, da qual o outro é vítima. A diferença não é mínima, e ela é ainda maior a partir do momento em que ligamos o que vemos, ao mundo da ficção. A particularidade da ficção é mesma no poder de inverter esse sistema de significações: o fato de ver imagens de violência, como por exemplo mortes brutais; é absolutamente suportável quando estamos cientes de que elas não prestam conta da violência do mundo, senão de uma realidade intencionalmente construída pela e para a câmera. Como conclusão desse recorte, recorreremos à Santaella (2002):

²² Nota do autor: Parto da ideia de que toda imagem cinematográfica ou videográfica é um *ícone indicial*, como disse J.-M. Schaeffer sobre a foto (*L'Image précaire* [A Imagem precária]. Le Seuil, 1987). Ao falar, no seguinte, de imagens predominantemente icônicas ou indiciais, sei muito bem que, desde o ponto de vista de Peirce, não é ortodoxo diferenciar entre as imagens interpretadas como ícones e aquelas interpretadas como índices.

As linguagens estão fundamentadas em esquemas perceptivos. Assim sendo, os processos perceptivos também fazem parte dos estudos semióticos. Além disso, a semiótica estuda os processos de comunicação, pois não há mensagem sem signo e não há comunicação sem mensagem. É por isso que a semiótica nos habilita a compreender o potencial comunicativo de todos os tipos de mensagens, nos variados efeitos que estão aptas a produzir no receptor (Santaella, 2002, p.59).

3.2. Um breve retrospecto da historia do Telejornalismo

O objetivo deste capítulo é levantar pontos importantes da historia do Telejornalismo Brasileiro; mas não se pretende recontá-lá na integra, já posta nos livros. O que se pretende, é uma leitura pontual de momentos marcantes para que se possa formar bases para as análises que serão colocadas nos capítulos seguintes – o foco desse recorte é na imagem.

A história do jornalismo nacional se mistura com a da TV, que começou suas transmissões em 18 de setembro de 1950. O primeiro telejornal brasileiro foi ao ar dois dias depois, chamado Imagens do Dia, apresentado por Maurício Loureiro Gama na TV Tupi, Canal 6 de São Paulo; era diário e mostrava fotografias de fatos marcantes do dia, ou algum material audiovisual de acontecimentos ocorridos até doze horas passadas, uma vez que esse era o tempo que o filme precisava para ser revelado, as imagens eram exibidas sem montagem e o telejornal durava o tempo que fosse necessário pra a transmissão de todos os fatos e imagens. Tudo era feito com muito amadorismo e, paralelamente, recebido com grande curiosidade pelo restrito público – nessa época não havia mais do que 100 aparelhos de televisão no país, importados por Assis Chateaubriand, patrono da televisão brasileira.

No início de sua história, a linguagem do telejornal era mais próxima à do rádio: as frases eram longas e traziam muitos detalhes explicativos sobre os acontecimentos, e o programa de maior sucesso no rádio da década de 1950 o “Repórter Esso”, se transformou rapidamente num enorme sucesso televisivo. Transmitido pela primeira vez na TV, em 1º de abril de 1952, tinha 33 minutos de duração, e além de São Paulo e Rio de Janeiro, edições diárias eram produzidas em Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. A Agência Nacional e a United Press International (UPI) o abasteciam com notícias, e a empresa norte-americana de petróleo ESSO patrocinava e orientava o modelo desse noticiário, não só no Brasil, mas também em diversos países.

Em 1951 as agencias de publicidade McCann Erickson e J. W. Thompson já instaladas no Brasil, trazem a “expertise” americana sobre televisão e começam a utilizá-la como veículo publicitário, assim como acontecia maciçamente nos EUA. Especialmente pela falta de profissionais especializados, os publicitários passaram então a decidir o conteúdo dos programas; criando, redigindo e produzindo o que seria posto no ar. Além disso, nos primeiros anos da televisão brasileira, os patrocinadores também contratavam diretamente os artistas e apresentadores. Por essa razão é que na década de 60 e 70 os nomes dos programas eram associados aos dos patrocinadores: Repórter Esso, Telejornal Bendix, Gincana Kibon, Sabatina Maizena, Teatrinho Troll, são alguns exemplos lembrados até hoje. Dessa maneira, podemos intuir que a televisão e o jornalismo brasileiros se relacionam intimamente com a

publicidade desde a sua criação – misturando no seu DNA características ora de um, ora de outra.

No final dos anos 60 o Repórter Esso foi bastante prejudicado pela censura, encerrando suas transmissões em 31 de dezembro de 1970 – além disso, nessa época os anunciantes passaram a comprar espaço entre os programas em vez de patrocinar programas como um todo, o que ajudou em sua decadência. Mas antes disso, em 1962 surge o “Jornal de Vanguarda”, idealizado por Fernando Barbosa Lima, é outro marco significativo na história do telejornalismo brasileiro, pois foi o primeiro a contar com a participação de jornalistas durante a transmissão; premiado na Espanha como um dos melhores jornais de informação do mundo, também não conseguiu sobreviver após o golpe de 1964, quando foi retirado do ar. No entanto, seu modelo foi copiado por várias outras emissoras, sendo até hoje sinônimo de qualidade telejornalística.

Falando sobre censura, devemos mencionar que na trajetória do telejornalismo no Brasil há dois caminhos distintos: Europa e os Estados Unidos, que apresentam modelos de televisão bem diferentes, e que serviram como bases iniciais para o telejornalismo nacional. Uma das contribuições mais importantes proveniente dos EUA nessa área foram os stylebooks, assim chamados primeiros os manuais de redação que, entre outras recomendações, estabeleciam a utilização da *técnica da pirâmide invertida*²³, modelo que privilegia a disposição das informações em ordem decrescente de importância, como recurso de simplificação da comunicação jornalísticas.

A rede britânica BBC foi responsável por colocar no ar o primeiro telejornal da história da televisão mundial²⁴, no início da década de 50; o boletim, apresentado por Richard Baker e John Snagge, era basicamente uma locução de rádio ilustrada com fotos – muito similar ao já mencionado, Imagens do Dia – mas foi importante, pois deu início ao formato como o conhecemos hoje. Enquanto a Europa praticava o jornalismo engajado, partidário, analítico, os americanos criavam a escola do jornalismo “clean”, asséptico, onde a imparcialidade e a objetividade são defendidas como verdades inabaláveis até hoje – esse modelo norte-americano foi melhor assimilado pelos brasileiros, especialmente por conta da ditadura militar.

Portanto, na época da Ditadura Militar, nos anos 1960, pouco tempo depois de ter nascido o telejornalismo do Brasil, havia a necessidade do cuidado no uso das palavras, uma vez que as questões políticas poderiam influenciar positiva ou negativamente para os telejornais e suas emissoras. Quando alguém se atrevia a ultrapassar a linha da ditadura, apresentando notícias “inconvenientes”, estava sujeito ao risco de perder o direito de transmissão de telejornais. Eram tempos difíceis, quando os repórteres eram punidos duramente sempre que ultrapassavam o limite do “poder” e incomodavam os militares. (MATTOS, 2000, p. 126)

A televisão brasileira na década de 1970, caracterizou-se grande pelo desenvolvimento técnico e quem mais se aproveitou disso foi a Rede Globo, com o

²³ Disponível em: <http://estudosdejornalismo.blogspot.com.br/2008/05/piramide-invertida-e-o-lide.html>

Acessado em 02/11/15

²⁴ Primeiro Telejornal faz 50 anos - disponível em:

<http://omelete.uol.com.br/series-tv/noticia/primeiro-telejornal-faz-50-anos-hoje/>

Acessado em 03/10/15

aperfeiçoamento da qualidade de suas produções. Em 1969 a TV Globo começa atuar em rede, e naturalmente o programa escolhido para encabeçar essa inovação foi o Jornal Nacional, o programa que representava a confiança que a emissora queria agregar para si. Para se diferenciar do modelo consagrado pelo Repórter Esso, que sempre terminava com a notícia mais impactante do dia, o JN (Jornal Nacional) encerrava com uma informação leve, de conteúdo pitoresco. E um dos livros da série Memória Globo (2008), conta-se que essa matéria de fechamento, instituída até hoje, ficou conhecida como “boa noite”, pois antecedia, e ainda antecede, a despedida dos apresentadores. Estudiosos afirmam que na década de 1970 o JN ignorava problemas nacionais, de acordo com Rezende (2000), em contrapeso às suas virtudes técnicas, o programa “logo no início teve de enfrentar o estigma que perseguiria a TV Globo por muitos anos: a afinidade ideológica com o Regime Militar”. (Rezende, 2000, p.110). O fato é que a integração do país, via Jornal Nacional, e o endurecimento da ação do governo militar foram processos simultâneos. Para Eugenio Bucci (2004), as telenovelas foram as responsáveis por disseminar o hábito de ver TV no Brasil, no entanto, conforme pontua Squirra (1989), aos poucos, o telejornal também assume papel de destaque ao lado dos folhetins:

há muito tempo já se sabia que o prestígio e o poder da televisão não estavam relacionados somente com o sucesso das telenovelas, mas também com aquele dos telejornais. Informação e diversão representando, assim, um binômio extremamente sedutor em um país com graves problemas estruturais (SQUIRRA, 1989, p.14).

A televisão e os noticiários se consolidaram no Brasil como território simbólico: juntos, assumiram um papel de conservação das relações de poder e, conseqüentemente, um controle social no agendamento cultural e político da sociedade. Ainda segundo o autor, “como a televisão é tão imediata e atinge uma audiência tão vasta, com uma eficiência tecnológica surpreendente, ela parece capaz de tudo, inclusive de mostrar a verdade, em momentos em que ela necessariamente não pode ser conhecida” (SQUIRRA, 1989, p.12).

Em 1977, a Globo São Paulo colocou no ar um jornal de serviço: “Bom Dia São Paulo”, ainda no ar: sendo o primeiro a usar a UPJ (Unidade Portátil de Jornalismo) chamando repórteres ao vivo em vários pontos da cidade, transmitindo informações de serviço: tempo, trânsito – e também acontecimentos pontuais como acidentes, incêndios, manifestações; características que começaram naquela época e que permanecem até hoje.

“Claro que não foi a Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente ‘timing’ texto e imagem (...)”. (PIGNATARI, 1984, p.14).

Ao longo dos anos, outras novidades foram sendo inseridas no telejornal, como a participação de comentaristas especializados e a criação de novos quadros: como séries de reportagens temáticas. Também merece destaque o surgimento de novas tecnologias, como o videotape (que foi trazido ao Brasil ainda por Assis Chateaubriand para a transmissão da inauguração de Brasília pela TV Tupi), o

*teleprompter*²⁵ em 1971, e a transmissão em cores a partir de 1973 – que fizeram com que fossem adotadas novas “convenções narrativas” pelos telejornais, o que futuramente daria origem a uma gramática, ou linguagem televisiva, do telejornalismo brasileiro. Além das transformações no formato e no uso das novas tecnologias, uma mudança profunda no telejornalismo brasileiro, especificamente no Jornal Nacional, foi a presença das mulheres em sua bancada; saem os apresentadores Cid Moreira e Sergio Chapellin, dupla que havia se tornando ao longo dos anos marca registrada do telejornalismo nacional, e entram William Bonner e Lilian Witte Fibe, em março de 1996. As mulheres já apresentavam o programa esporadicamente, como trataremos mais adiante, mas segundo consta no livro da série Memória Globo (2004), o objetivo da mudança era colocar à frente do telejornal jornalistas profissionais, envolvidos com a produção das matérias. Buscava-se, assim, dar maior credibilidade às notícias e dinamizar as coberturas.

“(…) A troca dos apresentadores talvez tenha sido, em toda a história do JN, a inovação que o público mais sentiu, acostumado que estava com a voz grave de Cid Moreira desde a estreia do telejornal” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 287-288).

Na história do telejornalismo brasileiro destaca-se também o “TJ Brasil”, lançado 1988, no Sistema Brasileiro de Televisão – SBT. Que se inspirou no formato americano trazendo a figura do âncora, assumida por Bóris Casoy, que saiu do jornal impresso e se encontrou no formato da televisão, conquistando espaço e público. Mas o próprio Boris ressalta que, antes dele, Joelmir Beting já havia exercido o papel de âncora à frente do *Jornal da Bandeirantes* no início dos anos 80. (Casoy, apud Rezende, 2000, p.123). Mas foi a primeira vez no telejornalismo brasileiro, em que o apresentador passou a entrevistar e comentar os acontecimentos anunciados.

A resposta do público à novidade foi imediata, e logo se refletiu no faturamento e, em pouco tempo, o *TJ Brasil* passou a ser o segundo produto do SBT a atrair mais publicidade. Isso causou desconforto nas outras emissoras que passaram também a adotar novos estilos de apresentação; na TV Cultura de São Paulo, o *Jornal da Cultura* é reestruturado e passa a contar com Carlos Nascimento, recém saído da reportagem, para ancorar a atração. Segundo Rezende (2000), Nascimento passou a comandar uma equipe dividida em editorias de economia, política, internacional e geral, se destacou (e se popularizou) com a cobertura da agonia do presidente Tancredo Neves. Marília Gabriela, já conhecida do público pelo seu programa de entrevista *Cara a Cara*²⁶, e também pelo antigo *Tv Mulher*²⁷, assume tarefas típicas

²⁵ O que é teleprompter?

Disponível em: <http://www.casadosfocas.com.br/o-que-e-e-como-funciona-o-teleprompter/>
Acessado em 11/10/15

²⁶ Programa Cara a Cara - disponível em:

https://www.google.com.br/search?client=safari&rls=en&q=programa+cara+a+cara&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=98g3VqK4FMKU8QeIgYHwCg#q=programa+cara+a+cara+marilia+gabriela&tbm=vid
Acessado em 11/10/15

²⁷ Tv Mulher - disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/tv-mulher.htm>
Acessado em 11/10/15

de ancora, à frente do *Jornal da Bandeirantes*, mas segundo entrevistas²⁸ da própria jornalista, preferia adotar um estilo menos opinativo.

Na década de 90 surgem os conceitos de jornalismo local, de jornalismo investigativo e policial. O primeiro do gênero policial foi o “Aqui Agora”, inicialmente na TV Tupi, resgatado em 1991 pelo SBT, trazia uma linguagem forte e sensacionalista, marcado principalmente pelas performances do repórter Gil Gomes. Permanecendo no ar por sete anos, de 1991 até 1997, foi um dos poucos programas jornalísticos que incomodou a Rede Globo, como bem lembra em seu artigo *Record vs. Globo – uma ameaça ainda longínqua*, a pesquisadora Carla Mortuori (2007)²⁹.

A história da televisão brasileira nos mostra que, por diversas vezes, programas e estratégias específicas de marketing, semelhantes às já anunciadas, e advindas de emissoras concorrentes, visavam da mesma forma fragilizar o poder da líder. Como exemplo pode-se citar o telejornal *Aqui Agora*, do SBT, lançado em 1991, que alcançou altos índices de audiência, chegando a ameaçar o *Jornal Nacional*, telejornal de maior audiência da Globo. (...) fez com que, pela primeira vez na história do telejornalismo da emissora, a Rede Globo alterasse a estrutura do telejornal mais antigo da sua grade de programação, passando a incluir no noticiário, imagens de maior grau apelativo. (MORTUORI, 2007, p.1)

No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação – ela desfruta de um prestígio tão considerável, que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população: se consolida no Brasil como um território simbólico. Assume um papel de conservação das relações de poder e, conseqüentemente, de um controle social no agendamento cultural, político e, por que não, comportamental da sociedade. Já os telejornais, que como visto anteriormente, “são principal meio de informação dos brasileiros, suprem uma função pública no Brasil, país marcado pela desigualdade no acesso a bens de consumo e também a direitos essenciais como educação, saúde e segurança.” (COUTINHO, 2009, p. 65)

Neste contexto, é compreensível a suposição de Eugenio Bucci (2004) de que a imagem que o Brasil tem de si está entrelaçada na televisão, uma vez que a TV consegue dar unidade, ainda que no plano imaginário, a um país com realidades distintas, e até contraditórias, em suas regiões. Ainda segundo Bucci, muito mais que mostrar lugares ou mesmo trazê-los de longe para muito perto, a televisão tornou-se um lugar em si, encerrando um outro tempo.

A TV como lugar nada mais é que o novo espaço público, ou uma esfera pública expandida. (...) se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos, que identificam o Brasil para o Brasil. Pode-se mesmo dizer que a TV ajuda a dar o formato da nossa democracia (BUCCI, 2004, p.31-32).

²⁸ Disponível em: <http://natelinha.ne10.uol.com.br/noticias/2015/01/20/marilia-gabriela-anuncia-saida-do-sbt-e-da-tv-aberta-84589.php> Acessado em 03/03/15

²⁹ RECORD vs. GLOBO - Uma ameaça ainda longínqua
Disponível em: http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_65.html Acessado em 03/03/15

É importante ressaltar que essa linguagem do telejornal, assim como do audiovisual em geral, não é necessariamente estável, rígida e imutável – muito embora tenha intenção de parecer assim, sempre há algo que pode ser rompido, inovado e atualizado. Podemos observar isso cotidianamente com as modificações nos noticiários, tanto os locais como nos nacionais; com inserção de quadros, aceleração de vinhetas e edições mais ritmadas, mudança de cores, utilização de novas palavras e posturas. O surgimento das novas tecnologias é outro motivo que faz com que a linguagem audiovisual esteja constantemente se atualizando, fazendo surgir dessa maneira, novas técnicas de filmagem, maquiagem e iluminação; como vem ocorrendo recentemente com a consolidação da TV digital. De acordo com Levy (1999), essas tecnologias também surgem da cultura e são retroalimentadas por elas, em um processo que tem origem social e que volta para essa mesma origem. O que testemunhamos, a cada dia, é a história social, política e econômica do Brasil e do mundo, contada pelos telejornais.

4. A IMAGEM DA MULHER

Antes de iniciar este capítulo, é importante observar que esse é um recorte específico, afim de evitar generalizações ou entendê-lo como global. A percepção de feminino pela perspectiva das mulheres que vivem em países mulçumanos, mulheres asiáticas, bem como as latino-americanas (fora as do Brasil), não foi contemplado nesse panorama, mesmo sabendo que seus pontos de vista são tão importantes quanto os das representadas nesse breve desenho. Mas como o objeto da pesquisa centra suas atenções em um local específico e particular, deve-se tomar por base as mulheres que vivem no eixo com o qual as brasileiras mais se identificaram ao longo da história – Europa e Estados Unidos, os quais ainda são utilizados nos dias de hoje como referencial de modelo para basear e comparar suas ações e comportamentos. No dicionário³⁰, a palavra feminino se refere basicamente ao gênero e às classificações da biologia.

fe.mi.ni.no **adj.** (*lat. femininu*) 1 Próprio de mulher ou de fêmea. 2 Relativo ao sexo caracterizado pelo ovário, nos animais e nas plantas. 3 Relativo às mulheres. 4 **Gram** Qualificativo do gênero que indica os seres fêmeos ou considerados como tais. 5 **Antônimos** – Feminino é o contrário de masculino

Para entender a lógica que aponta mulher como feminino e homem como masculino, é preciso, primeiramente, separar quais as características que definem um e outro. Diversos trabalhos de pesquisa científica, como o clássico *A origem da família, da propriedade privada e do estado*, de Friedrich Engels (2006) ou o contemporâneo *Um é o outro*, de Elisabeth Badinter (1991), apontam que durante muito tempo na história das civilizações humanas, as sociedades foram de base matriarcal. O feminino foi então, após o matriarcado ser substituído pelo patriarcado, entendido como o outro, o segundo sexo, aquele que está às margens da vida política, das finanças, e das decisões ditas “importantes” para o bem-estar social, como bem apontou Simone de Beauvoir (1949), em seu livro *O segundo sexo*; ao passo em que o masculino foi historicamente, interpretado como o sujeito universal, nesse modelo, o

³⁰Feminino - disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=feminino> Acessado em 07/10/15

homem ocupa o espaço de ser social e a mulher o de agregado.

Dentre as principais características que estruturam o feminino tradicional estão as dependências: emocional, social e financeira; a mulher enquanto educada para assessorar e servir ao homem, tem sua identidade atrelada a desse sujeito. Aos homens estaria reservada a tarefa de promover, ser empreendedor e desbravador; sua identidade social é autônoma. É possível ser um “homem de família” ou ter um espírito libertário e filosófico, um *bon vivant*; o homem não deve ser apenas um ente autônomo, mas desenvolver uma atitude doutrinadora e de liderança, por isso o papel de *intelectual tradicional*, sempre serviu bem aos homens, mas que é desconfortável às mulheres, segundo o autor Antônio Gramsci (1979):

A perspectiva de uma mulher refletindo criticamente acerca dos valores de sua sociedade e mais, possuindo independência intelectual, nem sempre foi uma situação aceita aos tradicionalistas. (GRAMSCI, 1979, pág. 72)

Desse modo, essas separações distintas do que seja cada um dos gêneros, norteiam o comportamento de um e de outro, mas isso não seria tão grave se a constituição feminina, enquanto gênero, não fosse entendida também como fraca (física e emocionalmente), covarde, medrosa e instável. Além disso, também está relacionada ao “instinto materno”, que atrela a responsabilidade dos filhos sobre as mulheres. Atribuindo a este gênero condutas, que contribuem para restringir seu empoderamento³¹ público, tais como a castidade e a tarefa de cuidar, seja do parceiro, seja dos filhos, dos pais idosos. A mulher que abandona o lar é, aos olhos da sociedade, uma desnaturada. Ou àquela que não seguiu o chamado da *Mãe Natureza*.

Empoderamento significa uma ação coletiva desenvolvida pelos indivíduos quando participam de espaços privilegiados de decisões, de consciência social dos direitos sociais. (...) O empoderamento devolve poder e dignidade a quem desejar o estatuto de cidadania, e principalmente a liberdade de decidir e controlar seu próprio destino com responsabilidade e respeito ao outro. Relacionado com isso, está o empoderamento social é dar poder à uma comunidade, fazer com que tudo seja mais democrático, que a população em geral tenha poder, que a comunidade tenha também mais riqueza e capacidade. (...) Outro tipo de empoderamento é o feminino, que é o empoderamento das mulheres, que traz uma nova concepção de poder, assumindo formas democráticas, construindo novos mecanismos de responsabilidades coletivas, de tomada de decisões e responsabilidades compartilhadas. O empoderamento feminino é também um desafio às relações patriarcais, em relação ao poder dominante do homem e a manutenção dos seus privilégios de gênero, é uma mudança na dominação tradicional dos homens sobre as mulheres, garantindo-lhes a autonomia no que se refere ao controle dos seus corpos, da sua sexualidade, do seu direito de ir e vir.

Quanto ao comportamento linguístico, George Lakoff (1987), um dos fundadores da chamada *Linguística Gerativa*³² discorre em seu livro: *Women, fire and*

³¹ Empoderamento - disponível em: <http://www.significados.com.br/empoderamento/> Acessado em 07/10/15

³² Linguística Gerativa - disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44501997000300007
Acessado em 07/10/15

dangerous things: what categories reveal about the mind (Mulheres, fogo e coisas perigosas: o que as categorias revelam sobre a mente; em tradução livre), sobre as estratégias típicas do falar feminino; defende que as mulheres não costumam afirmar, e buscam construir um discurso cooperativo preocupando-se mais em modular sua fala a fim de buscar um meio-termo, visando, com isso, não ferir a face de seu interlocutor. Quando uma mulher fala de maneira mais assertiva, é comum tomarmos essa atitude linguística como ataque pessoal, classificando-a como sinalizadora de grosseria propositada; isso ocorreria segundo o autor, porque atrelados ao senso comum, julgamos “antinatural” que uma mulher se posicione de maneira clara, objetiva e, sobretudo, assertiva. Estas são algumas dentre muitas imagens que nos são passadas, diariamente, sobre o arquétipo de feminino, definido no dicionário³³ como:

O termo arquétipo é descrito pelo psicólogo Carl Gustav Jung como um conjunto de imagens psíquicas presentes no inconsciente coletivo, que seria a parte mais profunda do inconsciente humano. São herdados geneticamente dos ancestrais, de um grupo de civilização, etnia ou povo, não são memórias coesas e "palpáveis", no contexto ou definição clássica de memória, mas são o conjunto de informações inconscientes que motivam o ser humano a acreditar, ou dar crédito, a determinados tipos de comportamento.

No artigo intitulado *A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereotipo nas imagens midiáticas*³⁴, a pesquisadora Ana Tais Martins Portanova Barros (2009) defende que a avalanche de imagens que se observa hoje, resultante do constante incremento das tecnologias, traz para o cotidiano uma profusão de símbolos, estereótipos e preconceitos em forma visual. E essa banalização na presença de imagens visuais, sugere um esvaziamento de sua significação, e isto uma vez eliminado, restaria apenas o signo e seu referente. Mas ela nos lembra também, que a imagem é produto direto da imaginação, e que pode ser entendido como parte de um discurso. Não se tratando do discurso físico ou um texto falado, mas de um discurso ativo na ambiência de dada sociedade:

Para entender como uma imagem plena de pregnância simbólica degrada-se até chegar ao estereotipo, será preciso primeiro entender que há sempre um, dois ou mesmo três mitos circulantes nas sociedades (...) que vitalizam essas sociedades e lhes dão sentido. De tempos em tempos, o mito que estava no apogeu entra em decadência, dando espaço a outro, que subsistia na marginalidade. (...) Ao circular por todos esses lugares, certos aspectos do mito são marginalizados e outros são reforçados, até o ponto de serem institucionalizados e sentidos como naturais, mais ou menos de acordo com o processo de naturalização da história denunciado por Barthes (1999), como sendo constitutivo do mito. (...) O mito, ao circular numa sociedade, vitalizando-a, acaba também se transformando e se degradando, num processo de usura. (BARROS, 2009. pag. 02)

É assim que imagens míticas, inicialmente fortes, perdem ou têm reforçadas suas características, sendo substituídas até que, ao final, não reste muito da

³³ Arquétipo - disponível em: <http://www.significados.com.br/?s=arquétipo>
Acessado em 07/10/15

³⁴ Disponível em: <http://www.imaginalis.pro.br/cms/arquivos/1257956101.pdf>
Acessado em 07/10/15

figura original; é nesse processo que se dá o surgimento dos estereótipos. Quando bem usados, estereótipos são elementos facilmente reconhecíveis, dão sensação de conhecimento e conforto para quem os vê, principalmente se o ambiente for inusitado, como é o caso de histórias de fantasia ou ficção científica – o perigo ocorre quando os estereótipos começam a fazer com que as pessoas tomem por “naturais”, coisas que são na verdade “culturais”. Nesse processo de compreensão do papel das apresentadoras dos telejornais, se mostrou essencial durante a pesquisa uma reflexão a respeito de estereótipos.

Os estereótipos formam parte da cultura de um grupo e, como tais, são adquiridos pelos indivíduos e utilizados para uma eficaz compreensão da realidade. Ademais, a conscientização dos estereótipos cumpre para o indivíduo, uma função de tipo defensivo: ao contribuir com o mantimento de uma cultura e de determinadas formas de organização social, garantem o resguardo das posições alcançadas. (MAZZARA, 1999, p. 14).

4.1. Estereotipo e representatividade feminina

O estereotipo está carregado de sentidos, é um rótulo que condiciona o olhar antes mesmo que possamos ver algo, Walter Lippmann (2008) expõe que só tiramos esse rótulo, ou nos desvencilhamos dos nossos estereótipos, quando reconhecemos nossas opiniões como experiências parciais, justamente guiadas por sua vez, também por estereótipos, para dessa maneira nos tornarmos realmente tolerantes. Pode-se dizer que o estereotipo frente ao diferente encontra força na ação conjunta de três fatores: em primeiro lugar, a necessidade de simplificar a realidade; em segundo a necessidade de pertencimento, o que faz com que o indivíduo tenha uma identidade, reconheça seu similar, mas que por esse princípio, tenha aversão ao outro ou o observe como exótico, mesmo que inconscientemente; e em terceiro estão as razões de tipo histórico e social, que definem a posição e funções de cada grupo humano em um nível global.

O autor afirma ainda que as representações são responsáveis por guiar o indivíduo e o auxiliam quando ele precisa lidar com informações complexas, entretanto, estas representações funcionam também como defesas, que o possibilitam de proteger os seus valores, os seus interesses, as suas ideologias. Dentro dessa ótica, as representações não possuem uma posição neutra, pois sofrem uma influência maior do observador do que do objeto observado; além disso, Lippmann (2008) também tenta compreender de que modo a cultura influencia dentro do recorte que o indivíduo faz da realidade, e de que forma estes recortes ganham consistência e estabilidade de significado. Relacionado a isto, analisa ainda o papel dos preconceitos para a utilização da informação, a partir da interpretação da realidade, da memorização e recuperação das informações.

Atualmente, o conceito de estereótipo tende mais a se referir à imagem mental simplificada e com poucos detalhes acerca de um grupo de pessoas que partilham certas qualidades características. Costuma ser usado com um sentido negativo ou pejorativo, e os mais usuais incluem várias afirmações que variam desde o nível social e riqueza, passando pelo racial e também comportamentos/preferências sexuais. Na arte e na literatura, os estereótipos são clichês e aparecem sob a forma de personagens ou situações previsíveis, usualmente denotados através da aparência e comportamento; e como dito anteriormente, no processo de compreensão do papel das

apresentadoras dos telejornais, se mostrou essencial uma reflexão a respeito de estereótipos, em particular os relacionados ao gênero feminino.

Pelo fim dos estereótipos e valorização da diversidade feminina nas peças de comunicação, essa foi a sugestão principal feita pelos participantes da pesquisa online³⁵ sobre imagem da mulher nos meios de comunicação lançada em novembro de 2014 pelo *Movimento Mulher 360*. Mais de 70% das respostas, afirmaram sentir falta de ver diferentes tipos de mulheres nas propagandas, enquanto 71% concordaram que as propagandas ainda precisam mudar muito para mostrar a mulher como ela realmente é; a pesquisa contou com mais de 230 participantes, entre homens e mulheres de todas as regiões do Brasil, sendo a maior parte deles na faixa etária de 30 e 39 anos (40,71%), com renda mensal de R\$1.734 a R\$7.475 (52,83%) e ensino superior completo (62,74%). Com a pergunta: “Como a mulher é retratada na mídia?”³⁶, buscou-se identificar e entender o impacto da publicidade e da imprensa na percepção da imagem feminina.

A forte influência dos veículos de comunicação na forma como as mulheres se enxergam ficou evidente a partir da análise das respostas³⁷ da pesquisa: para 62,19% dos participantes, muitas mulheres têm problemas de autoestima por não se enquadrarem aos padrões de beleza atuais da sociedade. E pouco mais da metade (51,79%), acredita que as propagandas normalmente transmitem padrões de beleza inatingíveis. O cenário também é desfavorável quando o assunto é mulher e mercado de trabalho, somente para 40,76% dos participantes a imagem da mulher na sociedade é considerada boa. E ainda, 70,50% concordam que apesar de terem evoluído, as mulheres continuam as principais responsáveis pelo cuidado da casa e dos filhos, sendo que deste percentual, 48% acreditam que as empresas ainda não oferecem condições de trabalho que as ajudem a conciliar todas as tarefas e responsabilidades. A maternidade é vista como um empecilho por quase metade dos participantes – 40,51% acham que as mulheres têm maior dificuldade no mercado de trabalho por conta dos filhos.

Em geral personagens femininas são vistas com distorções, porque isso seria um reflexo da idealização que é feita em relação às mulheres. Numa longa reportagem³⁸ do Jornal norte-americano NY Times, feita pela jornalista Manohla Dargis em janeiro de 2015, é argumentado que Hollywood não sabe como escrever personagens femininos, ela diz que entre 2002 e 2012, apenas 4.4% dos 100 maiores sucessos de bilheteria foram dirigidos por mulheres; sendo que em 2012, apenas 28.4% de todos os papéis com falas, entre os 100 maiores sucessos, eram femininos. O que segundo a matéria, acaba sendo contraditório, pois as mulheres são muito bem representadas em todas as principais escolas de cinema dos EUA, mas por algum

³⁵ Movimento Mulher 360 - disponível em: <http://movimentomulher360.com.br> Acessado em 12/10/15

³⁶ Pesquisa diversidade - disponível em: <http://movimentomulher360.com.br/2014/01/midia-deve-valorizar-a-diversidade-conclui-pesquisa-do-movimento-mulher-360/> Acessado em 12/10/15

³⁷ Indicadores – disponível em: <http://movimentomulher360.com.br/2015/08/consulta-publica-indicadores-ethos-mm360/> Acessado em 12/10/15

³⁸ Estereótipos femininos no cinema - disponível em: http://www.nytimes.com/2015/01/25/movies/on-many-fronts-women-are-fighting-for-better-opportunity-in-hollywood.html?_r=1 Acessado em 12/10/15

motivo, não conseguem adentrar a indústria. No entanto, considerando que os seis grandes estúdios que controlam a indústria cinematográfica são inteiramente dominados por homens, talvez seja essa a razão. Quando se trata de filmes independentes, há uma participação feminina muito mais expressiva, isso revelaria ainda segundo a matéria, mais uma vez, que mulheres são sistematicamente impedidas de trabalhar simplesmente por serem mulheres, mas indo além disso, essa falta de representatividade geraria uma infinidade de filmes com personagens femininos criados e moldados a partir da percepção dos homens, assunto já abordado no capítulo 02, sobre o Estado da Arte.

Na matéria ainda são descritos os principais estereótipos femininos que aparecem nos filmes dos grandes estúdios: mulheres cujas vidas se transformam com um bom trato no visual – *exemplos: Uma Linda Mulher, Diário de uma Princesa, Casamento Grego, Ela é Demais e todos os realities de TV baseados mudanças de visual*; mulheres deslumbrantes, mas desastradas – *exemplos: É Pura Sorte, Casa Comigo?, Sorte no Amor, Enrolados, New Girl, Maldita Sorte e comédias românticas em geral*; mulheres que privilegiam a carreira em detrimento da vida pessoal (e descobrem que são terrivelmente infelizes por isso) – *exemplos: A Proposta, Kate e Leopold, Sem Reservas*; mulheres que largam tudo pelo ‘verdadeiro’ amor – *exemplos: Tudo para ficar com ele, Sintonia de Amor, Casa Comigo?, Escrito nas Estrelas, Ele não está tão afim de você*; mulheres que se voltam umas contra as outras – *exemplo: Noivas em Guerra, O Casamento do Meu Melhor Amigo*; mulheres que não conversam entre si (e se conversam, é sobre homem) – *exemplos: A Rede Social, Trilogia Star Wars (original), Trilogia Senhor dos Anéis, Piratas do Caribe, Tomb Raider, 500 Dias com Ela, Como se Fosse a Primeira vez*.

Considero esse item o mais importante da lista, e que remete a um outro fato relacionado a como o cinema não representa as mulheres. Em 1985, a cartunista norte-americana Alison Bechdel elaborou um teste para filmes (hoje chamado de Teste Bechdel³⁹), que consiste em três regras simples – e, para passar no teste, o filme teria que ter pelo menos uma cena em que:

- 1) Pelo menos duas personagens femininas apareçam e...
- 2) ...conversem uma com a outra sobre...
- 3) ...qualquer coisa que não seja homens e relacionamento amorosos.

Muitos filmes, inclusive os aclamados por incluírem personagens femininas fortes, surpreendentemente não passam no teste. Isso não significa que esses filmes sejam ruins, mas mostram que, no cinema, as personagens femininas costumam ser definidas apenas por seus relacionamentos com homens – sejam eles interesses amorosos ou não. E o mais impressionante, é que isso acontece de maneira proposital, de acordo com a ex-roteirista Jennifer Klester, todas as escolas de cinema frequentadas por ela nas décadas de 80 e 90, desencorajam roteiros que tivessem personagens femininas tendo conversas que não envolviam homens, porque isso, de acordo com o que ela definiu de “manual invisível dos roteiristas”, distraia a audiência – isso era dito constantemente a todos os alunos, segundo Jennifer.

Após esse breve panorama sobre a representatividade feminina na mídia,

³⁹ Teste de Bechdel - disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/cultura/claudia/teste-de-bechdel-12-filmes-em-que-as-conversas-entre-mulheres-nao-sao-sobre-homens>
Acessado 01/11/15

questionamos se de fato, o *Movimento Feminista* funcionou. Afinal de contas, em pleno 2015, situações como essas não deveriam mais existir, dado o alarde e batalha empreendida pelo feminismo – a igualdade deveria ser a realidade. Isso é em parte verdadeiro, mas se considerarmos através dessas questões levantadas, o progresso empreendido – podemos afirmar que, se as mulheres ainda estão longe do mundo ideal, os avanços dentro do retrospecto do Movimento Feminista é otimista em relação à evolução da mulher, como bem definiu anteriormente Gilles Lipovetsky (2000) – é importante lembrar, no entanto, que essa “mulher” não é única, e não pode ser classificada como tal, mas múltipla no que se refere a suas características, anseios e necessidades de representação.

4.2. Rupturas, feminismo e seus desdobramentos

No início da década de 1960 o enquanto mundo fervia, tanto nos costumes quanto nas descobertas científicas e tecnológicas, vemos a mulher mais participativa na sociedade e reivindicando seus direitos; seja defendendo maior acesso aos métodos contraceptivos, seja se inserindo ativamente no mercado de trabalho. Este período é considerado como começo do movimento feminista contemporâneo, que reapareceu nos Estados Unidos na segunda metade da década de 1960 e seguiu para diversos países entre 1968 e 1977.

Seu mote foi a luta pela libertação feminina, por liberdade entendia-se a busca de novos valores que norteassem as transformações nas relações sociais, bem como na maneira que a sociedade enxergava essa nova mulher – denunciando a existência de uma opressão constante ao feminino – com raízes profundas, e que atingiria todas as mulheres independente da cultura, classe social, do sistema econômico e/ou político em que estivessem inseridas. E ia além, afirmando que essa opressão persistiria, apesar da conquista dos direitos jurídicos, políticos e econômicos de igualdade. O que se buscava então era superar a “inferioridade natural” disseminada nos séculos anteriores, onde – como já abordado, a mulher era vista sempre como um ser incompleto, numa perspectiva de superar realmente a diferença entre os gêneros.

Desse período, como fator positivo de mudança e avanço nas políticas sociais e educativas, surge uma geração de intelectuais e líderes do sexo feminino, que agora tinham base para expressar e desenvolver pensamentos voltados ao feminismo, entre elas podemos citar além da própria Simone Beauvoir já mencionada, Kate Millet que escreveu o livro “Política Sexual”, em que questionava o patriarcado dos séculos XIX e XX e a maneira de controle da sexualidade feminina a partir dele, analisando o papel da mulher nesse período através da arte e da literatura; e também Betty Friedan (1921-2006), que publicou em 1963 o livro “A Mística Feminina”, que abordava o papel da mulher no capitalismo: tanto na função de trabalhadora da indústria, como também no desempenho de dona de casa – bem como as implicações desses papéis para a sociedade como um todo.

É fato que as mulheres vêm sofrendo opressão na sociedade há muitos anos e a mídia, como difusora de cultura pode criar conceitos e recriá-los, e foi isso que aconteceu com a mulher e o movimento feminista. Na história, as mulheres sempre foram simbolizadas pela sua sexualidade e sensualidade “naturais”, assim como nas ciências biológicas se afirmou que a mulher era naturalmente inferior ao homem, como dito; e que a mídia fez questão de divulgar ao máximo. Nas artes visuais com os nus, a mulher foi retratada como inalcançável, pura, virgem e sensual – as vanguardas

artísticas trouxeram a revelação sexual do corpo, que começa a ser erotizado. No cinema, na dança, no teatro e na moda dos anos 20 e 30 surge a mulher ousada, a sensualidade nas coreografias, nas roupas, a novidade dos desfiles de moda e as modelos profissionais. Nos anos 20, juntamente com a industrialização, a simbologia do erotismo nas propagandas estimulou o consumidor a comprar produtos. Nos anos 30, 40 e 50 a imagem que se fazia da mulher era a da dona de casa: mãe e esposa, mais conservadora e discreta – mas sempre sensual, seja no corte da roupa, na maquiagem ou no gesto. Como há pouco abordado, nos anos 60 com o movimento hippie pregando a liberdade feminina, o amor livre e o uso de contraceptivos, muda-se a visão conservadora dos anúncios e revistas e o nível de sexualidade explícita nas propagandas aumenta. No fim dos anos 60 a mídia começa a ignorar o movimento feminista, dizia-se que as mulheres já tinham conquistado seu espaço e que não havia mais motivos para continuarem a protestar, segundo a escritora Susan Faludi (1991) em seu livro *Backlash: O contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*, diz:

“em meados dos anos 70, a mídia e a publicidade traçaram uma linha de ação para neutralizar e ao mesmo tempo comercializar o feminismo” (FALUDI, 1991, pag. 31)

O movimento feminista contemporâneo teve declínio no início dos anos 1980, em razão também das transformações sociais, políticas e econômicas que o mundo passava, mas não só em função delas – como citado pela autora. Mas é fato que, o surgimento do narcotráfico, a violência em grande escala, bem como o surgimento do terrorismo, que ameaçam especialmente a coesão social, foram temas que ganharam maior atenção da sociedade, da mídia e das políticas públicas, diluindo a atenção dada ao feminismo. É preciso citar uma mulher importante na política desse período, a primeira-ministra do Reino Unido, Margaret Thatcher, que ficou no poder durante 11 anos, entre 1979 e 1990, e foi considerada a precursora das políticas liberais que se firmaram mundialmente nos anos 80. Lembrada como a “dama de ferro”, muito mais por suas atitudes duras e assertivas, do que por sua luta pelo feminismo, ou pelas questões de gênero.

Ainda assim, o movimento feminista avançou e avança, tendo sido retomado na metade década de 1990 em parte como marketing – era bonito e muito lucrativo apoiar as questões de gênero, quem não se lembra do *Girl Power* capitalizado pelas Spice Girls? Mas, apesar de utilizado como bandeira, era vazio na sua concepção, serviu no entanto como ponto de partida para uma reflexão maior, sobretudo sexual.

Além da alienação cosmética, o feminismo foi retomado nessa época com base em novas demandas sociais, como políticas públicas contra violência, equiparação de salários na mesma função, e também maior ocupação nos cargos estratégicos em empresas – muitas vezes com o apoio e participação significativa dos homens. O feminismo deste novo século queria além de igualdade, reconhecimento e equilíbrio nas relações; as mulheres dessa nova geração têm como bandeira a liberdade, a diversidade, e o direito das minorias, numa postura que mescla ousadia e irreverência. No entanto, é importante sempre ressaltar que não existe apenas um enfoque feminista, há diversidade quanto às posições ideológicas, abordagens e perspectivas adotadas, assim como há grupos diversos, com posturas e ações diferentes.

4.3. A questão da mulher na sociedade brasileira

Ponderar sobre essa questão na sociedade brasileira é uma tarefa complexa, no mínimo; é lugar comum classificar o Brasil como um país de imensas contradições, mas infelizmente não há maneira mais acertada em defini-lo, e essa característica paradoxal se estende também à maneira como as mulheres são (re)tratadas na sociedade – esse capítulo é uma tentativa de elucidar como isso acontece, sem cair em vitimizações, e procurando sempre fugir dos lugares comuns.

Ao mesmo tempo em que temos uma mulher no mais alto posto da nação, escolhida através de voto democrático (e reeleita recentemente), convivemos diariamente com peças publicitárias em que mulheres aparecem geralmente em roupas minúsculas, anunciando uma infinidade de produtos: de cerveja à tv por assinatura e que, quando ganham voz, demonstram interesse apenas por futilidades – mesmo quando os comerciais são direcionados a elas, normalmente lhes cabe um papel caricato. As mulheres retratadas nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras e loiras, têm cabelos lisos e são de classe alta⁵. Deixando os outros aspectos de lado, só o fato de existirem apenas mulheres brancas já causa estranhamento – visto a miscigenação existente em nosso país, mas as desigualdades não acabam.

Mulheres no Brasil estudam mais tempo que os homens, ainda assim continuam ganhando salários menores⁴⁰ – dados recentes mostram que em média as mulheres têm um ano a mais que homens de escolaridade nas classes mais altas, número que aumenta em progressão geométrica em classes mais baixas; mas ganham em média 15% a menos em todas as classes sociais, exercendo a mesma função que o homem: a desigualdade atinge todos os níveis hierárquicos. E justamente, para não entrar no caminho fácil da vitimização, e também para contextualizar o panorama social brasileiro, procurou-se dados para entender o que acontece – pelo menos na diferença de tempo dedicado ao estudo e formação, já que em termos de salários a desigualdade entre homens e mulheres não é um problema só do Brasil, segundo Irene Natividad⁴¹, presidente da Cúpula Global das Mulheres, nenhum país resolveu o problema da disparidade de remuneração entre gêneros, nem mesmo os nórdicos.

Os dados nacionais apontam que os meninos deixam a escola antes das meninas por uma série de situações, as mais recorrentes são as que envolvem entrada precoce no mercado de trabalho e violência. A última pesquisa feita em 2011 pelo IBGE⁴² mostra que no Brasil, homens têm em média, quatro vezes mais chances de morrer por morte violenta do que as mulheres, entende-se por morte violenta: crimes, suicídios e acidentes, incluindo os de trânsito, que aqui também mata mais homens do

⁴⁰ Diferença de salário entre homens e mulheres - disponível em: <http://classificados.folha.uol.com.br/empregos/2015/05/1632713-diferenca-de-salario-de-admissao-de-homens-e-mulheres-aumenta.shtml> Acessado em 24/05/15

⁴¹ Disponível em: <http://www.globewomen.org/natividad/natividad.htm> Acesso em 02/11/15

⁴² Homens jovens são os que mais morrem - disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/11/homens-jovens-sao-os-que-mais-morrem-de-causas-violentas-diz-ibge.html> Acessado em 24/05/15

que mulheres⁴³. Pode-se concluir, apenas por essas duas constatações breves, que não é fácil ser homem em nosso país – pelo menos estatisticamente, aqui se vive uma guerra, em que homens jovens são as baixas mais frequentes.

No entanto, o que chamou atenção para além destes fatos e dados, são as atitudes cotidianas que ferem a estima feminina, mostrando que a mulher ainda é vista como propriedade masculina, e que deve exibir uma *retidão moral* no que tange aspectos comportamentais – para ilustrar minimamente o que se diz, vejamos um caso ocorrido na cidade de Encantado/RS.

As garotas dessa pequena cidade gaúcha, com cerca de 20 mil habitantes, tiveram fotos e vídeos íntimos espalhados por meio do aplicativo de celular WhatsApp em maio de 2015 – mesmo com o caso na polícia, o grupo virtual continuou ativo. E para muitos na cidade, elas não eram as vítimas, estavam *pagando o preço* por não terem se valorizado. Uma das meninas envolvidas (de apenas 13 anos) tentou suicídio, e ainda assim houve quem pronunciasse que a culpa era dela. Dias depois do ocorrido, o jornalista Juremir Versetti, dono do único jornal da cidade escreveu em sua conta no Facebook⁴⁴: "Alguém me disse que elas precisariam de um acompanhamento psicológico. Tem remédio sim, uma boa cinta de couro de búfalo com uma fivela de metal fundido. Isso sim, ajudaria e muito no psicológico delas".

Após o pronunciamento do jornalista, um pequeno grupo de mulheres resolveu cobrar do Ministério Público, do Sindicato dos Jornalistas e também da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul; uma apuração sobre o trabalho das autoridades no caso – por esse motivo é que apareceu com mais destaque na mídia. E isso é apenas um dos exemplos de como a maior parte da sociedade brasileira se posiciona em relação ao comportamento feminino – maior parte, infelizmente, porque somos induzidos pela mídia a acreditar que o Brasil é composto apenas pelo Sudeste, mas existem muitos outros casos. Quando em abril de 2014 o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) divulgou equivocadamente uma pesquisa intitulada: *Tolerância social à violência contra as mulheres*, dizendo que 65% dos brasileiros concordavam com a afirmação "mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas", houve uma comoção nacional. Manifestações contra e a favor da pesquisa, declarações acaloradas nas redes sociais, até mesmo a presidente se manifestou sobre o caso, dizendo que o Brasil ainda tinha muito o que fazer em relação a desigualdade entre os sexos. Uma semana depois, o Instituto emitiu uma nota dizendo que o número real seria de 26%, e não 65% como divulgado, mas a polêmica em torno da repercussão da pesquisa trouxe à luz questões incômodas para a sociedade brasileira: a intolerância e a exigência de que as mulheres se comportem de uma maneira determinada, cabendo a elas, e não ao Estado e à sociedade como um todo, as consequências, caso decidam se comportar como quiserem. O instituto defendeu que as conclusões gerais do estudo permanecem válidas⁴⁵.

⁴³ Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2009/09/090911_mortejovens_ba.shtml Acessado em 24/05/15

⁴⁴ Disponível em: <http://www.sul21.com.br/jornal/jovens-de-encantado-tem-fotos-intimas-divulgadas-sao-criticadas-e-acusadas-publicamente/> Acessado em 24/05/15

⁴⁵ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/ipea-reconhece-erro-em-pesquisa-de-estupro-65-era-26> Acessado em 24/05/15

"Os demais resultados se mantêm, como a concordância de 58,5% dos entrevistados com a ideia de que se as mulheres soubessem como se comportar, haveria menos estupros. As conclusões gerais da pesquisa continuam válidas, ensejando o aprofundamento das reflexões e debates da sociedade sobre seus preconceitos".

Para concluirmos esse panorama, em maio de 2015 o estupro⁴⁶ de uma garota de 12 anos por três adolescentes no banheiro de um colégio estadual em São Paulo causou estardalhaço e revolta, mas segundo os investigadores, está longe de ser caso isolado e faz parte de uma cultura de violência contra mulheres, cuja mudança deveria começar justamente nas escolas. Apenas em 2013, foram registrados mais de 50 mil estupros no Brasil — um a cada dez minutos.

Para Marai Larasi⁴⁷, diretora executiva da ONG Imkaan, que atua no combate à violência contra mulheres, muitos meninos crescem em contextos com mensagens que dizem que os corpos das meninas estão à disposição deles. Já Roz Hardie⁴⁸, diretora da ONG Object no Reino Unido, argumenta que a persistente exploração dos corpos femininos como objeto desumaniza as mulheres, e ainda traz graves consequências à sociedade como um todo. E nesse momento, voltamos exatamente ao ponto onde começamos — o que a sociedade brasileira diz continuamente às mulheres e que sequelas serão cristalizadas a partir desse discurso? Para entender onde estamos, precisamos voltar de onde viemos.

4.4. Mulher e jornalismo – no Brasil e no mundo

A publicidade, em especial a televisiva, sempre se valeu da figura feminina como suporte de mensagem, e no jornalismo isso não foi diferente — como apontado anteriormente, a televisão brasileira sempre se apoiou na publicidade para viabilizar sua programação. Mas fora do espaço dedicado às “garotas-propagandas”, até o começo da década de 90, no jornalismo brasileiro as mulheres eram relegadas aos cargos, como dito, menos nobres na hierarquia telejornalística: de repórteres ou de previsão do tempo — salvo raríssimas exceções, isso no horário nobre, é preciso sempre reforçar. Fora do Brasil, as primeiras mulheres⁴⁹ a apresentar notícias na televisão foram: Nan Winton, Geraldine McInerney, Marlene Sanders, Nancy Dickerson e Lynne Russell.

Nan Winton foi considerada a primeira “leitora de notícias” na BBC (British Broadcasting Corporation), ocupou o cargo de 1960 a 1961, mas já havia trabalhado na emissora em outras funções antes disso. Começou em 19 de junho de 1960, mas uma pesquisa de audiência no canal concluiu que os espectadores pensavam que uma mulher lendo notícias “não era aceitável” e ela foi dispensada em março de 1961, ficou menos de um ano no cargo e permaneceu a única mulher a ter lido as notícias na BBC até 1975, quando Angela Rippon foi contratada e assumiu essa função. Com

⁴⁶ Disponível em: <http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,menina-e-estuprada-por-colegas-em-escola-na-zona-sul-de-sao-paulo,1689804> Acessado em 24/05/15

⁴⁷ Disponível em: <http://www.lse.ac.uk/IPA/Research/AboveTheParapet/AdvisoryGroup/LarasiMarai.aspx> Acessado em 24/05/15

⁴⁸ Disponível em: <http://www.compromissoeatitude.org.br/tag/roz-hardie/> Acessado em 24/05/15

⁴⁹ Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Women_in_journalism_and_media_professions Acessado em 24/05/15

Geraldine McInerney ocorreu o mesmo, na Raidió Teilifís Éireann (RTÉ) emissora nacional da Irlanda, ela se tornou a primeira mulher a ler as notícias na RTÉ em outubro de 1975. Já Marlene Sanders não começou como apresentadora, mas como repórter correspondente na ABC News (American Broadcasting Company) em 1964. Durante seus 14 anos na rede, ela cobriu o assassinato de Robert F. Kennedy e os motins na Convenção Nacional Democrata em Chicago em 1968. Mas o que nos interessa aqui, é que durante vários anos, ela ancorou uma transmissão nos fins de tarde que duravam apenas cinco minutos, chamado "News With the Woman's Touch"⁵⁰.

Os dados sobre as primeiras jornalistas mulheres a apresentar um telejornal noturno no Brasil são evasivos, até mesmo na internet há poucos dados – através de pesquisas em blogs de memórias, encontrou-se o nome de Sonia Maria, que 1971 apresentou interinamente um Jornal Nacional, na época ela se revezava com outros jornalistas na bancada do Jornal Hoje e foi chamada às pressas em 20 de novembro daquele ano para assumir o posto, nesse dia ocorreu a queda do viaduto Paulo de Frontin⁵¹ e muitos jornalistas não conseguiram chegar à emissora, e os que estavam disponíveis foram mobilizados na cobertura do acidente. Mas oficialmente, e de maneira mais planejada, é de Márcia Mendes o título da primeira mulher a assumir a bancada do JN, na década de 70 a jornalista – que já aparecera em outros programas noticiosos como Fantástico, apresentou o Jornal Nacional do dia 08 de março de 1976 ao lado de Marcos Hummel; em uma comemoração improvisada ao *dia internacional da mulher*. Mesma “homenagem” aconteceria em 2014 com Sandra Annenberg e Patrícia Poeta dividindo a bancada do JN⁵², programa divulgado como especial e histórico. Nos sites oficiais não há informações específicas sobre esse tema, mas entre os nomes femininos mais antigos encontrados ancorando telejornais noturnos estão: Leilane Neubarth, Leda Nagle Valéria Monteiro, em aparições esporádicas; como já mencionado só em 1996 a jornalista Lilian Witte Fibe assumiria em definitivo a bancada com Willian Bonner⁵³. Através da pesquisa percebe-se que da década de 70 até hoje, o jornalismo televisivo, e especialmente a imagem da mulher, foi apresentada sempre num mesmo padrão – modificado ao longo das décadas, mas cristalizado na apresentação, como se houvesse apenas uma maneira possível de representá-la.

A pesquisadora Paula Melani Rocha (2004) aponta em sua tese de mestrado, *As Mulheres Jornalistas no Estado de São Paulo: O Processo de Profissionalização e Feminização da Carreira*⁵⁴, importantes dados do Ministério do Trabalho, revelando que em 1986 as mulheres jornalistas representavam 36% do quadro de profissionais do país. Dez anos depois, em 1996, a proporção era de quatro profissionais do sexo

⁵⁰ Disponível em: <http://www.usatoday.com/story/life/2015/07/15/pioneering-tv-journalist-marlene-sanders-dies/30174023/> Acessado em 11/10/15

⁵¹ Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-novembro-de-1971-elevado-paulo-de-frontin-desabou-matando-27-pessoas-10808571> Acessado em 11/10/15

⁵² Disponível em: http://www.purepeople.com.br/noticia/patricia-poeta-e-sandra-annenberg-agradam-o-publico-ao-dividirem-bancada-do-jn_a17359/1 Acessado em 11/10/15

⁵³ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/linha-do-tempo/>. Acessado em 15/04/14

⁵⁴ As Mulheres Jornalistas no Estado de São Paulo: O Processo de Profissionalização e Feminização da Carreira Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-melani-mulheres-jornalistas.pdf> Acessado em 11/10/15

feminino para cada grupo de 10 profissionais, entretanto, dentro da carreira ainda há diferenças entre os gêneros com relação ao piso salarial, à jornada de trabalho, às funções e aos veículos de comunicação.

Na pesquisa feita pela autora, ficou claro o papel de secundário que as mulheres ainda ocupam no mercado de trabalho jornalístico, os cargos administrativos são ocupados, em sua maioria, por profissionais masculinos. A mulher jornalista ainda permanece mais tempo ocupando o mesmo cargo em comparação ao profissional do sexo masculino e a maioria dos cargos de chefia também é ocupada por homens. O avanço da idade dos apresentadores é mais cruel com as mulheres do que com os homens, um reflexo do que acontece na sociedade como um todo que centraliza na juventude a beleza, o poder e capacidade de trabalho, porém de forma desigual entre os sexos. No levantamento para esta pesquisa, pode-se observar que o número de mulheres e homens que fazem o rodízio de apresentadores que assumem a bancada do Jornal Nacional quando o casal oficial não está presente é igual. Em 2015 foram identificados: Chico Pinheiro, Alexandre Garcia, William Waack, Heraldo Pereira e Evaristo Costa, Christiane Pelajo, Sandra Annenberg, Giuliana Morrone, Ana Paula Araújo e Carla Vilhena. Todas elas seguem, em maior ou menor grau, as mesmas conceituações estéticas da apresentadora oficial: mulher branca, relativamente jovem, de cabelos lisos, roupas sóbrias – nitidamente inspiradas nos trajes masculinos, acessórios e maquiagem discretos. Mas pode-se perceber que entre os jornalistas do sexo masculino há mais variedade, de etnia e também de idades – e entre eles, somente Evaristo Costa, não tem cabelos brancos.



No sentido horário: William Waack, Alexandre Garcia, Chico Pinheiro, Heraldo Pereira, Evaristo Costa e o apresentador titular William Bonner.



As mulheres: Giuliana Morrone, Cristiane Pelajo, Sandra Annenberg, Carla Vilhena, Ana Paula Araújo e titular Renata Vasconcellos, na bancada do Jornal Nacional em 2014 e 2015⁵⁵

Um caso recente de preconceito com relação à idade de uma mulher apresentadora de telejornalismo – que ganhou repercussão internacional – ocorreu com uma jornalista da BBC, a emissora é considerada pelos estudiosos um dos melhores exemplos de seriedade e credibilidade no telejornalismo mundial. Divulgado em novembro de 2010, a apresentadora Miriam O'Reilly denunciou a TV pública britânica por tê-la demitido, segundo ela, por ser “muito velha”⁵⁶. A jornalista, de 53 anos, se tornou a primeira funcionária da empresa a denunciá-la ao público por discriminação sexual e de idade. Isso teria começado em novembro de 2008, quando a apresentadora, que trabalhava na televisão havia 25 anos, foi retirada do programa junto com outras funcionárias que passaram dos quarenta anos de idade. A jornalista contou ao tribunal de assuntos trabalhistas de Londres, que o diretor da emissora a advertiu sobre um “cuidado especial” que ela deveria ter com suas rugas com a chegada da televisão de alta definição. Ele também teria dito que o editor executivo do programa se queixou que seu cabelo estava começando a ficar cinza, além disso, um câmera lhe recomendou que aplicasse uma tinta em *spray* para tapar os detalhes brancos perceptíveis. Segundo palavras da própria jornalista, “Não creio que tivessem tratado desse modo um homem. Está claro que a BBC considera que as mulheres que aparecem na televisão devem ser jovens”, declarou diante do tribunal. Miriam O'Reilly venceu a rede de televisão BBC, nesse como dito, raro processo judicial de discriminação por idade.

No Brasil ainda não existem casos de jornalistas que tenham entrado com esse tipo de processo junto às emissoras, mas a situação parece ser similar. Em 2010, a apresentadora Maria Lydia Flândoli⁵⁷, da Tv Gazeta em São Paulo, foi demitida após 20 anos trabalhando no canal, sua imagem era bastante atrelada a da emissora paulistana, conquistando uma audiência fiel no horário em que aparecia no vídeo. A Tv Gazeta argumentou que estava reformulando a área de jornalismo, no entanto,

⁵⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/> Acessado em 11/10/15

⁵⁶ Disponível em: <http://colunas.revistaepoca.globo.com/mulher7por7/2011/01/12/ex-apresentadora-da-bbc-ganha-processo-judicial-por-discriminacao-de-idade/> Acessado em 11/10/15

⁵⁷ Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/46001/liberdade+editorial+para+mim+e+principio+por+isso+retornei+diz+maria+lydia+flandoli> Acessado em 11/10/15

depois de oito meses afastada e após muitas reclamações dos telespectadores via redes sociais, Maria Lydia foi recontratada para conduzir um quadro de entrevistas dentro do programa que apresentava, o Jornal da Gazeta. Em sua volta, a jornalista disse estar satisfeita por entender que o respeito entre ela e o canal não morreram; por isso, aceitou o convite para voltar, e questionada sobre a idade, disse que diferente de outras mulheres, para ela aparentar os anos de vida não é um problema. Mas apesar de dizer que não se preocupa, após responder sobre a questão da idade, a jornalista vetou qualquer pergunta que não fosse relacionada aos assuntos profissionais.

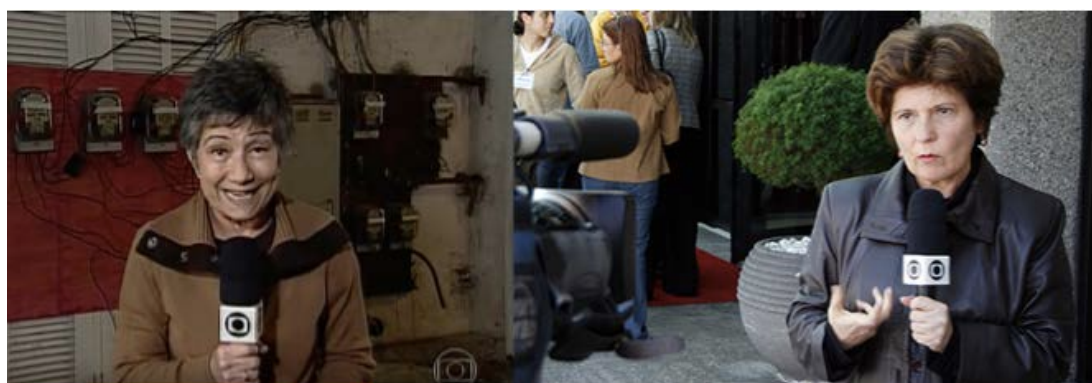
Mesmo com esse discurso, sabemos que a idade é um problema para as mulheres no Brasil, basta dar uma olhada telejornais para perceber que mulheres mais velhas estão sendo substituídas por mais jovens. Como apontado, são raros apresentadoras com mais de 50 anos, os exemplos são escassos e mais comuns em reportagens do que no ambiente do estúdio.



Miriam O'Reilly⁵⁸



Maria Lydia Flândoli⁵⁹



As repórteres Sandra Passarinho⁶⁰ e Neide Duarte⁶¹

⁵⁸ Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/comment/columnists/terrywogan/8261994/Radio-and-television-are-not-jobs-for-life.html> Acessado em 11/10/15

⁵⁹ Disponível em: <http://blog.lineup.net.br/2011/11/maria-lydia-flandoli-volta-ao.html> Acessado em 11/10/15

⁶⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XfCvcdJp3MU> Acessado em 11/10/15

⁶¹ Disponível em: <http://www.radiodeverdade.com/videos/2015/09/30/sao-paulo-vista-de-cima/> Acessado em 11/10/15 - Sandra Passarinho no Bom dia Brasil 2015 e Neide Duarte no JN em 2014 e respectivamente

Foi imposto às mulheres, a partir dos meios de comunicação, um padrão para que se sentissem inseguras, incompletas e incapazes de mudar esse quadro. Essas tendências ou estratégias de marketing foram retratadas no trabalho de Azevedo Luíndia e Corradi (2011), onde se utiliza, dentre outras críticas, a do discurso de Thompson (2000) que pontua cinco modos de operar a ideologia: a legitimação, a dissimulação, a unificação, a fragmentação e a retificação.

Entre esses itens, os três mais utilizados são: a dissimulação, sendo uma maneira de ocultar ou obscurecer relações de modo que desvie a atenção do alvo, por exemplo, o uso da imagem feminina para atrair a atenção a um produto; a unificação, que padroniza e torna-se coletiva a identidade de um grupo, ocultando as diferenças, usando símbolos para caracterizar cada um deles, por exemplo, quando nas propagandas de fraldas apenas aparecem a mãe e o bebê, dando a entender que o papel de cuidar do filho só diz respeito à mulher e não também ao homem; e a retificação, sendo um estabelecimento de relações de poder com base histórica, retratada como se fosse um processo natural. Essa naturalização ocorre quando um “estado de coisas que representa uma criação social é considerado como um acontecimento natural ou resultado inevitável de características naturais” (THOMPSON, 2000, p.79, apud AZEVEDO LUÍNDIA, CORRADI. 2011), por exemplo, a naturalização ideológica que se deu para a mulher ser retratada como submissa ao homem; ou ser natural da mulher a delicadeza.

É possível a partir disso entender então, que essas imagens feitas das mulheres sejam de caráter mundial, levando-se em consideração também os já citados documentários feitos em diferentes partes do mundo, retratando a maneira como a mulher é representada na mídia; e sendo os meios de comunicação em massa influentes para convencer os telespectadores de que aquilo que se mostra é o correto, é, portanto não só questão de como a mídia as retrata as mulheres, mas também como a sociedade as trata. E como temos analisado ao longo desse estudo, as imagens são, em grande parte, reforçadoras de padrões estereotipados, e além disso, geralmente as imagens são vistas não como representações, mas sim, como realidade em si.

5. SEMIÓTICA DISCURSIVA E ELEMENTOS MIDIÁTICOS DA TELEVISÃO

As mídias instauram conosco maneiras de interação e reconfiguram os modos de presença: delas e nossos, especialmente por sua onipresença em nosso cotidiano. As novas tecnologias possibilitam a interatividade e instantaneidade da informação, sendo que a segunda característica antes só acontecia com o rádio e em menor escala com a televisão, mas é somente do vídeo a prerrogativa de se valer de técnicas de montagem audiovisual; que nos apresenta um mundo plástico e dinâmico, criando uma percepção de movimento.

Observando a perspectiva de Marshall McLuhan (1964), a mídia poderia ser tomada como tudo o que amplifica, prolonga ou intensifica um órgão, sentido, função ou faculdade humana – seja essa psíquica ou física. O autor defende a hipótese de que as tecnologias constituiriam uma extensão dos sentidos humanos, influenciando e modificando os sujeitos, interferindo nos modos de percepção da realidade. Além disso, para o autor:

(...) todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são tão penetrantes que suas consequências pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais; não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida (MCLUHAN, 1969, p. 54).

Fechine (2008) corrobora com o que diz McLuhan, dizendo que as mídias, além de produzirem um efeito de realidade, *mimese* do mundo natural, também transparecem em nós um sentido “de atualidade e ubiquidade, expectativa e curiosidade, intimidade e autenticidade, testemunho e vigilância” (FECHINE, 2008, p. 184). Vem do filósofo grego Aristóteles o conceito de mimese, ou imitação da realidade. Também Platão via na mimese, uma representação da natureza: para ele toda a criação era uma imitação, até mesmo a criação divina era uma imitação da natureza verdadeira. Já Aristóteles via o drama como sendo a “imitação de uma ação”, que na tragédia teria o efeito catártico, valorizando a arte como representação do mundo – esses conceitos estão no seu mais conhecido trabalho: a Poética, para o filósofo então, mimese seria representação. Significações um tanto quanto simplistas, mas que ajudam para, de fato, adentrarmos ao assunto que nos trouxe aqui: a representação do feminino no telejornalismo. O feminino já foi anteriormente abordado, vamos então ao telejornalismo, mas especificamente nas suas relações de semiose.

Usando o conceito de mimese, caberia dessa maneira ao telejornalismo ser algum tipo de imitação, ou representação do real? A ideia do jornalismo como espelho da realidade⁶², primeira *teoria jornalística* que ganhou força a partir do século XIX, e pressupõe que as notícias são como são porque a realidade assim as determina; não abrange mais a complexidade que o meio abarca – é preciso empreender um processo de construção dos sentidos que ajude a compreender o espaço e o tempo em que o jornalismo (ou no caso, ao telejornalismo), se expressa. Ao refutar uma relação passiva ou autoritária com a sociedade, essa mudança confere responsabilidades ao fazer profissional, sem deixar de apontar que a construção do real, e sob o viés do telejornalismo, também está inserida no campo do simbólico e imaginário.

A partir disso, considerado então o telejornalismo a partir da semiótica, em especial à discussão sobre os regimes de sentido (do inteligível ao sensível), aplicada à comunicação audiovisual e usando como base de fundamentação teórica a semiótica das experiências sensíveis, proposta por Eric Landowski. Busca-se entender como o telejornalismo se articula através de estruturas míticas em seu processo de construção. Em seus trabalhos, o autor buscou desenvolver uma abordagem de análise do sentido, e que o enfatizasse somática e sensorialmente na experimentação: no campo do provado e do vivido. Como nos indica “o sentido *em ato*, tal como o experimentamos – o vivemos – quando emerge dos vínculos diretos que cada um tece com o mundo ao seu redor” LANDOWSKI (1996, p. 9). Nesse recorte, o telejornal será considerado como um discurso *em ato*, que se faz *ser* e *sentir* presente para o telespectador e estabelece com ele um sentido de existência apoiado na dimensão do sensível.

O autor defende ainda que ao longo de sua existência a Semiótica teve três tipos de abordagem: inicialmente, dos discursos enunciados, como visto através de

⁶² Disponível em: <http://teoriadojornalismouniube.blogspot.com.br/2010/11/teoria-do-espelho.html>
Acessado em 02/10/2015

Saussure, e também agora com Greimas; que deu lugar a das situações, e que agora agrega a das experiências sensíveis. É importante observar que o desenvolvimento destas novas abordagens na Semiótica não representou o desaparecimento das anteriores; pelo contrario, refletiram os novos problemas e objetos que se colocaram à prova de análise e não são absolutamente rupturas teóricas. A semiótica dos discursos enunciados inaugura-se com a publicação de *Semântica estrutural*, de Greimas, em 1966. Nesse momento e durante toda a década de 70, buscava-se desvelar o sentido dos “textos”, de textos *stricto sensu*, de “discursos enunciados” e trabalhava-se quase que exclusivamente com produções verbais ou transcritas, com o intuito de identificar sua “arquitetura conceitual” e também seu “conteúdo ideológico”. É o período da gramática narrativa, que culmina com o desenvolvimento, como afirma Fechine (2004), de “um modelo que pretende dar conta, justamente, das relações entre sujeito e objeto, a partir de esquemas invariantes, observados na totalidade dos discursos enunciados” (FECHINE, 2004, p. 2). A primeira fase é onde a semiótica caracteriza-se por uma apreensão inteligível do sentido, e que se dá por um percurso que vai do mais abstrato ao mais concreto, nos níveis: fundamental, narrativo, e discursivo.

No fundamental, a significação surge como uma oposição semântica, por exemplo vida e morte. Tem-se o mínimo de sentido a partir do qual o discurso se constrói: é o momento em que o enunciador do texto esboça o sentido. Já no nível das estruturas narrativas, o texto é organizado na busca de algo maior. Nele há o esquema narrativo canônico, onde se processam as operações de manipulação entre os actantes: atribuição de competência, realização da função pelo sujeito da narrativa e por fim, correspondência. O esquema narrativo canônico é, segundo Greimas (1966), um “modelo, perfectível, capaz de servir de ponto de partida para a compreensão dos princípios de organização de todos os discursos narrativos” (GREIMAS, 1966, p. 297). Julgado o mais superficial de todos, e representado no momento em que a narrativa é assumida pelo sujeito do axioma, no nível das estruturas discursivas - é acentuando o caráter de verossimilhança do texto, pois as figuras são revestidas de demarcações espaciais e temporais. Todavia, adverte Landowski (2001) que “a busca do sentido não poderia nem permanecer fechada durante muito tempo no quadro limitado das manifestações do tipo verbal, como campo de análise, nem se submeter indefinidamente à referencia linguística, como modelo de descrição” (LANDOWSKI, 2001, p. 326), isso gerou a primeira reformulação da noção de texto no decorrer da década de 70.

E essa nova perspectiva de análise trouxe a denominada “semiótica das situações” ou do discurso *em ato*. A coerência, como aponta Fechine (2004), depende “de um encontro, *aqui* e *agora*, entre instancias enunciativas; um sentido que se configura a partir da própria efemeridade e irrepetibilidade desse momento; um sentido, enfim, que se dá *em ato*” (FECHINE, 2004, p. 4). Landowski (2001) verifica também que a semiótica das situações abre caminho, ao trazer à tona o debate sobre os sujeitos da enunciação, para uma nova abordagem dos objetos semióticos. “Uma apreensão não apenas inteligível, mas estésica dos sentidos, dimensão até então negligenciada pelos pesquisadores” (LANDOWSKI, 2001, p.327). Entende-se a estesia como uma relação sensorial que se estabelece entre sujeito e objeto e que ocorre como ícone do conteúdo, no nível discursivo. Oliveira (2001), decodifica:

(...) a condição de apreender as qualidades sensíveis emanadas das configurações das coisas do mundo e dos artefatos culturais. Os processos

de apreensão e o do sentir são descritos pelos efeitos de sentido que tocam o corpo do sujeito, que vive uma experiência significativa. Tratada como um percurso cognitivo, a apreensão se dá a partir da figuratividade, tela do parecer. Ela é formada por operações de tradução do mundo natural em mundos de linguagens. A plasticidade da expressão e aquela do conteúdo articulam as impressões sensíveis do sentido que tocam o corpo do sujeito e os somas indicam a direcionalidade do sentido. O sujeito vive a correlação existente entre figuratividade e narratividade. Nas interações discursivas que são comandadas por procedimentos enunciativos, a produção do sentido é feita por passagens do sujeito estésico, somático e cognitivo. (OLIVEIRA, 2010, pág. 01)

Esse ponto de vista foi apresentado por Greimas (1966) em seu livro *Da imperfeição*, e Landowski (2001) afirma que essa leitura o fez atentar para “interações independentes de qualquer transferência de objetos entre sujeitos”, assim definindo:

(...) a existência de efeitos de sentido, não mais ligados a objetos de valor a serem perseguidos e conquistados, nem à transferência de objetos desempenhando o papel de mediadores entre sujeitos, ao contrário, sua preocupação está centrada nos efeitos de sentido que decorrem da pura e simples co-presença dos actantes entre si (LANDOWSKI, 2001, p. 329).

No livro *Semiótica Aplicada*, Lucia Santaella (2002) propõe a adoção de “um percurso metodológico-analítico que pretende solucionar questões relativas às diferentes naturezas que as mensagens podem ter: verbal, imagética, sonora, incluindo suas misturas, palavra e imagem, ou imagem e som, etc.” (SANTAELLA, 2002, p. 06). Pode ainda, segundo a autora, dar conta “de seus processos de referencia ou aplicabilidade, assim como dos modos como, no papel de receptores, percebemos, sentimos e entendemos as mensagens, enfim, como reagimos a elas” (SANTAELLA, 2002, p. 06). Deste instrumental teórico, “podemos extrair estratégias metodológicas para a leitura e análise de processos empíricos de signos: musica, imagens, arquitetura, radio, publicidade, literatura, sonhos, filmes, vídeos, hipermídia” ((SANTAELLA, 2002, p. XIII-XIV)

Isto posto, como o formato telejornal usa seus recursos técnico-expressivos para provocar um envolvimento afetivo, passional e sensorial no enunciatário e produzir um sentido de signo na ordem do sensível? Para esclarecer esta questão, alguns quesitos presentes no formato telejornalismo, precisam ser antes elencados:

- Linguagem falada e escrita (informações adicionais escritas na tela)
- Enquadramento e movimentos de câmera
- Áudio (musicas e recursos de sonoplastia)
- Entonação Vocal
- Gestual, Proxêmica e Cinésia
- Cenário
- Figurino (cor, modelagem)
- Edição
- Recursos visuais
- Vinhetas

5.1. Linguagem Falada

O modelo mais tradicional de telejornal reduz-se a um cenário que mostra, quase sempre ao fundo, a marca da empresa televisiva que produz o jornal. Neste cenário, além do plano de fundo, há geralmente uma bancada ou mesa onde, por trás dela, os apresentadores se posicionam frontalmente para a locução do jornal. Normalmente esta apresentação oral é amparada pelas reportagens, entrevistas, filmes e imagens que ilustram ou complementam o que o apresentador fala. (CAMARGO, 2005, p. 8),

No que se refere à linguagem ou texto verbal na televisão, ele, muito mais que no jornal escrito, exerce a função de síntese daquilo que é apresentado pela imagem. E no caso do telejornal, onde a palavra precisa ser compreendida simultaneamente por um público muito amplo, as estratégias narrativas e linguísticas são os principais elementos para se conseguir tal entendimento, inclusive para manter as indicações de neutralidade e objetividade tão caras ao formato do telejornal. Saussure (2006) explica que a linguística deve se concentrar em:

- fazer a descrição histórica de todas as línguas que puder abranger (...);
- procurar as forças que estão em jogo, de modo permanente e universal, em todas as línguas e deduzir as leis gerais às quais se possam referir todos os fenômenos peculiares à história;
- delimitar-se e definir-se a si própria (SAUSSURE, 2006, p. 13).

É importante pontuar que, para o autor, a língua é o principal ponto de estudo “cuja existência permite ao indivíduo o exercício da faculdade da linguagem” (SAUSSURE, 2006, p. 66), então pode-se dizer que para ele a língua precederia à linguagem, pois seria através dela que produzimos signos e mesmo as nossas ideias. Com o desenvolvimento de seus estudos, o autor denominou de semiologia uma ciência que estuda a vida dos signos no seio da vida social, em que a linguística teria seu lugar dentro da semiologia, ficando encarregada por sua vez, pelo estudo dos signos linguísticos.

Saussure (2006) destaca ainda que o todo que representa a língua para ele só é possível pela união do sentido à imagem acústica. Desta maneira, o autor busca mostrar que há uma separação entre a língua e a fala, considerando que a língua é o conjunto dos possíveis sentidos, e a fala é a expressão acústica do sentido que se deseja representar. Sendo assim, na *concepção saussuriana*, a língua é um conjunto de leis que estão disponíveis para todos, enquanto que a fala é individual, pois cada indivíduo pode expressar as ideias presentes na língua de uma forma única através da fala. Existindo então, a interdependência de uma e de outra: língua e fala; sendo que aquela é ao mesmo tempo instrumento e o produto desta.

Rezende (2000) acredita que os programas telejornalísticos do Brasil atingem um público semialfabetizado e que tem acesso às notícias numa espécie de rito de passagem televisual. Para o autor, o telejornalismo oferece a possibilidade de democratizar as informações em uma cultura em que a oralidade mantém seu predomínio sobre a escrita. E entre as razões apontadas por ele para a formação desse panorama estão: a centralização das emissoras nas mãos de alguns poucos

proprietários, a desigualdade na distribuição de renda, a ditadura dos anos 60 e 70, e a baixa instrução educacional da população brasileira – com a presença numerosa de analfabetos funcionais, aliado a isso, o pouco hábito de leitura.

No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população (REZENDE, 2000, p. 23).

O autor complementa ainda que “a linguagem televisiva resulta da combinação de três códigos: o icônico, representado pela imagem; o linguístico referente à língua que se fala e se escreve; e o sonoro, que engloba música e os efeitos sonoros” (REZENDE, 2000, p. 38).

Os autores Barbeiro & Lima (2002), indicam que a busca pela simplificação e pela compreensão rápida do conteúdo dos programas telejornalístico fica evidente nos manuais de telejornalismo; o gênero que se apresenta com uma característica própria de linguagem, é afetado principalmente em função do imediatismo do tempo, da objetividade necessária e da exigência de que o conteúdo seja compreendido pelo receptor no exato momento em que é transmitido. Além disso, como dito anteriormente, a heterogeneidade dos receptores influencia diretamente na escolha do tipo de linguagem adotada pelo telejornal, que tenta “nivelar” uma base linguística e televisual comum, senão à todos, pelo menos à maioria das pessoas.

Como visto no capítulo sobre história do telejornalismo, ao longo do tempo, os telejornais da Rede Globo buscaram imprimir uma imagem de qualidade junto ao público, fazendo isso através de investimentos em equipamentos e numa preocupação constante com a clareza linguística e a narrativa da informação. A fim de dar ordem e facilitar a edição dos conteúdos do complexo mundo em que vivemos, a Rede Globo, mais especificamente, o Jornal Nacional, transformou a linguagem telejornalística para tornar os assuntos mais claros para o telespectador, muitas vezes forçando uma simplificação perigosa dos fatos – e isso passou principalmente pela linguagem oral.

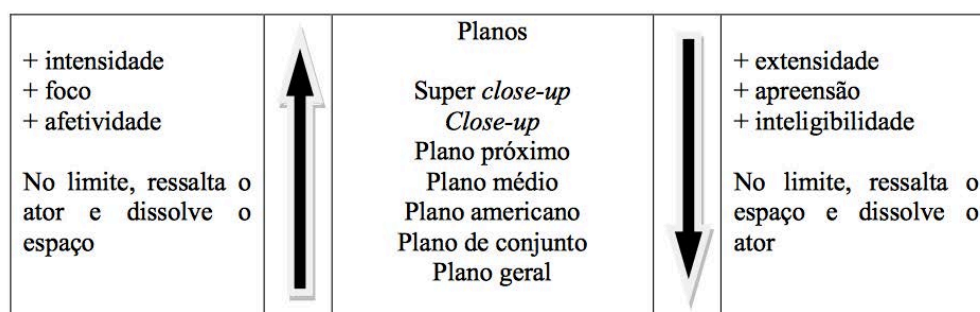
5.2. Enquadramento e movimentos de câmera

Squirra (1990), defende que os enquadramentos empregados em um telejornal repercutem na produção de um sentido; e os planos podem ser divididos em dois grandes grupos: movimentos óticos e mecânicos das câmeras.

Os movimentos mecânicos compreendem a panorâmica e o *travelling*. A panorâmica compreende o movimento no eixo da câmera, sem a mesma sair de seu lugar, capta imagens da esquerda para a direita, e vice-versa, ou ainda de cima para baixo e vice-versa. Já o *travelling* refere-se ao movimento que compreende o deslocamento tanto da câmera como de seu operador, de um ponto a outro, cujo objetivo é aproximar o objeto que está sendo gravado, relacionando-se, em certa medida, à técnica da câmera subjetiva, ou seja, “se colocando” no olhar do espectador. Outra possibilidade de se aproximar ou distanciar os objetos que estão sendo focalizados é o emprego do *zoom*, realizado a partir do emprego de lentes próprias. É importante observarmos que o *zoom* não mostra diferentes pontos de vista de uma cena, como é o caso do *travelling*, mas uma cena com maior ou menor grau de detalhamento. O movimento do *zoom* de

aproximação é o *zoom-in*; o de afastamento, é o *zoom-out*. (SQUIRRA, 1990, p. 137-140)

Com as lentes das câmeras é permitido realizar uma série de enquadramentos: plano geral, plano de conjunto, plano americano, plano médio, plano próximo, *close-up* e plano detalhe. O plano geral fornece ao espectador uma visão do lugar onde o fato está acontecendo, em uma espécie de dimensão espaço temporal, mas sem fornecer maiores detalhes. Já no plano de conjunto são focalizados alguns elementos apresentados no plano geral, os particularizando. O plano americano e o médio enquadram os atores⁶³ a partir do joelho e da cintura, respectivamente. O plano próximo, também chamado de 3x4, enquadra os atores a partir do busto, enquanto que o *close-up*, por sua vez, focaliza apenas seus rostos. O plano detalhe mostra ao espectador detalhes específicos ou objetos muito pequenos.



Enquadramentos e efeitos de câmera. Fonte: HERNANDES, 2006, p. 140

Além dos enquadramentos e se relacionando com eles, os recursos de sonoplastia desempenham também um papel importante na produção de sentido do telejornal: o verbal falado, seja na entonação dos apresentadores, ancora e repórteres, no silêncio ou nas músicas, fornecem ao telespectador o “clima” do acontecimento.

5.3. Áudio (músicas e recursos de sonoplastia)

O som é transmitido através de ondas que estimulam o nervo auditivo e são percebidas pelo córtex cerebral. Almeida (1994) defende que a voz vibra pelo corpo inteiro não somente pelo ouvido; Penafria (2003) analisa o tema de forma semelhante, quando afirma que o som não se dirige somente ao ouvido, mas também ao cérebro e coração, quando estimula percepções e sentimentos no ouvinte. Para Wisnik (1989), essas vibrações são interpretadas pelo cérebro e nos fazem criar uma relação de sentido.

(...) é fundamental pensar aqui nessa espécie de correspondência entre as escalas sonoras e as escalas corporais com as quais medimos o tempo. Porque o complexo corpo/mente é um medidor frequência de frequências. Toda a nossa relação com os universos sonoros e a música passa por certos padrões de pulsação somáticos e psíquicos, com os quais jogamos, ao ler o tempo e o som. (WISNIK, 1989, p.17)

A comunicação sonora no audiovisual embora amplamente estudada, não costuma ser objeto de reflexão no cotidiano. Isso talvez ocorra pelo aspecto característico próprio desta linguagem, que é a equivalência que apresenta em relação

⁶³ Neste momento, utilizaremos o termo ator para designar quem aparece frente às câmeras, como sujeito da ação

à realidade, onde a semelhança analógica não é comumente perceptível por parte dos telespectadores. Em sua tese sobre som no cinema, Filippini⁶⁴ (2012) menciona uma entrevista feita com o sound designer Eduardo Santos Mendes:

(...) a maioria dos espectadores quando vê uma imagem com som, acha que alguém colocou um microfone lá na hora da filmagem e tudo aquilo que ela está ouvindo foi gravado [na ocasião]. Isso é 99% do público. O público só discute a existência do som como um elemento manipulado a partir do momento que o som se diferencia de alguma forma da imagem em questão. Essa característica realística, que parece dar aos vídeos em geral um caráter de grande fidelidade com relação ao que é representado, ao que aparece na tela, tende a restringir à noção de que a sonoplastia em audiovisual é a atividade operacional de inserir ou recompor sons no vídeo somente para imitar a realidade(...) (MENDES apud, FILIPPINI, 2012, pag. 12)

No telejornalismo a sonorização é utilizada em formatos de vinhetas, trilhas e composição sonora de reportagens – além de músicas específicas (que podem ser compostas especialmente para o programa, ou não), que são colocadas no ar em alguns momentos, com o objetivo de criar uma identidade, especialmente no caso das vinhetas, a criação de identidade é instantânea.

Calegari (2012) afirma que geralmente trilhas sonoras específicas, vêm acompanhadas de vinhetas, porém, podem funcionar como músicas-tema de um determinado quadro ou programa, estabelecendo também identidades. O autor cita ainda Rodriguez (2006), dizendo que para que se possa reconhecer uma forma sonora, é necessário antes ter reconhecido que essa forma é de alguma maneira relevante.

Esse valor de relevância pode ser atribuído de diferentes maneiras: seja pela repetição reiterada da mesma forma sonora, ou mesmo pelo impacto emocional da situação a qual ela está associada. Como consequência dessa experiência, a forma em questão será armazenada em nossa memória como um padrão sonoro. (RODRÍGUEZ, 2006, p.168, apud CALEGARI, 2012, p.22)

As reportagens televisivas podem também ser musicadas e sonorizadas. Tanto com sons ambientes gravados *in loco*, ou seja na captação das imagens, quanto por músicas acrescidas na edição, comumente chamadas de backgrounds, ou músicas de fundo. Rawlings (1968) escreveu especificamente sobre música e trilhas-sonoras para cinema, porém, uma passagem de seu livro *Como escolher música para filmes* é também aplicável à televisão.

(...) a verdadeira música de fundo raramente é apreciada pelos espectadores para quem foi criada. Excepto nos casos em que a peça de música de fundo se torna um êxito, um "hit" (...) Isso, como é óbvio, é exactamente o que se pretende, pois a música de fundo de maior êxito é aquela que não se ouve conscientemente. (RAWLINGS, 1968, p.16)

Pode-se dizer então que a música, dialoga com o telespectador, mesmo que em alguns momentos, ele mesmo não tenha conhecimento real da sincronia e a produção de sentido na união entre sons e imagens. Assim como Rawlings, Calegari (2012)

⁶⁴ Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/127063946/Sonoplastia-da-intuic-a-o-a-compreensa-o#scribd> Acessado em 03/10/2015

também acredita que a sonorização lida diretamente com a emoção, já que suas linhas melódicas e harmônicas podem invocar diferentes níveis de sentimento. Isso aconteceria porque o cérebro recebe diferentes estímulos de acordo com as notas, tons e ritmos emitidos, criando dessa maneira diferentes sentidos, ainda que subjetivamente. No cinema e na televisão – especialmente nas reportagens audiovisuais – os sons possibilitam uma junção de efeito, o que aliado às imagens, promovem um panorama melódico que compõem a evolução das matérias, “configurando um tom único para a notícia – ou, mais precisamente, para a emoção encontrada na notícia.” (CALEGARI, 2012, p.22), o que Rawlings (1968) definiu como uma movimentação íntima entre ambos, causando um resultado estético agradável, ou uma sincronização entre a música e a imagem e/ou sequência de takes escolhidos. Calegari (2012) diz ainda que há um processo de recebimento e posterior reconhecimento da sonorização; primeiro os sons atingem o tímpano e informações básicas são enviadas ao cérebro, isso inclui informações como as características da onda, amplitude, volume, altura, timbre e também a localização espacial do que está emitindo o som. A partir desse momento o cérebro decodifica as informações, faz o reconhecimento desses sons e os transforma em imagens mentais do mundo físico. É nesse exato instante que as conexões de memórias são feitas, desencadeando um efeito semelhante no cérebro e no corpo para os mesmos sons.

Pensamento similar tem Sá (1999), e vai além, ao dizer que quando ouvimos uma música, não estamos apenas escutando, mas também fazendo uma série de associações de sentido, que o autor denomina de atributos simbólicos, e que nos remetem a inúmeras categorias da significação. Assim como Freire (2011) que defende que toda sonorização, especialmente a musical, gera em nós uma sucessão de novas produções de sentido sobre o que está sendo noticiado. Pois, segundo ele, a música ativa a imaginação do interlocutor, modificando suas impressões. Sá (1999) lembra ainda que a televisão utiliza um recurso denominado de leitmotiv, ou motivo condutor, em tradução livre – que é uma técnica sutil de alinhar o texto dramático ao musical, criando um recurso que permite ao telespectador acompanhar o contexto além do texto explícito. Na mesma linha, Claude (1982) defende que, na televisão, os editores de imagem tem o papel de inserir a música nas reportagens, a partir da necessidade de cada uma, ambientando, familiarizando e até mesmo acompanhando a cena junto com o espectador, o que acentuaria as perspectivas de uma imagem, criando uma “ambientação” do cenário mostrado. Calegari (2012) defende ainda que nem todos os telespectadores vão ter o mesmo entendimento, já que a música cria uma realidade subjetiva para cada um. Dessa forma, em consequência dessa produção de sentidos e significação, o uso de sons e músicas empregadas em reportagens deve ser cuidadoso.

Já Bucci (2001) considera que o uso de trilhas sonoras em reportagens telejornalísticas é dispensável, pois “trata-se de um recurso dramático para dar um colorido artificial, para o que deveria ser um fiel relato dos fatos” (BUCCI, 2001, p.145), o que aproximaria perigosamente o jornalismo do cinema – de maneira particular, pelo já mencionado, efeito subjetivo que causa sobre o telespectador, transformando o telejornalismo em ficção. Porém, ainda segundo o autor, os sons – sobretudo os efeitos sonoros, podem ser usados com o objetivo de chamar a atenção e podem contribuir para transmissão da informação. Talvez por essa razão, os sons atuem no telejornalismo como um complemento das imagens, trazendo mais

significados e criando uma classe de *imagens sonoras* no pensamento do telespectador.

5.4. Entonação Vocal

A entonação abarca um conjunto de eventos que se desenrolam no processo da interação social e incluem na enunciação, o dito e também o não-dito. É graças à entonação que se pode distinguir os diferentes modos de realização do sentido e das mensagens. Muitos estudiosos se propuseram a estudá-la em diferentes aspectos: Ferreira e Freire (1977) afirmam a importância da entonação, que se dá através da valorização e ênfase nas palavras-chave e de inflexões vocais, visando assim a melhor maneira da mensagem oral ser transmitida. Já Barros (1982) aponta que o ritmo na entonação é um elemento que decorre da correspondência de tempo e do espaço na organização da mensagem. O ritmo é característica ligada à música, mas também a outras formas de arte, como a poesia por exemplo. Neste caso, o ritmo controla a distribuição de sílabas compridas e curtas e a repetição dos tempos fracos e fortes de um verso. Já na música, diferentemente de outras artes, ocorre dentro de um parâmetro temporal e o ritmo controla a sucessão de sons dentro do tempo – característica que valeria também para a entonação.

No livro, *Aspects of Language*, Bolinger (1985) diz que utilizando um acento diferente em uma palavra, cria-se uma fala mais rica e poderosa; construindo dessa maneira um estilo climático capaz de causar impacto – exercendo predisposição em impressionar, mas não necessariamente informar. Para ele a informação deriva da naturalidade, e os principais recursos linguísticos responsáveis pela naturalidade, intencionalidade e interatividade, mesmo na “fala construída” – caso do jornalismo, são aqueles relacionados à prosódia⁶⁵, principalmente a entonação e as ênfases, que na fala coloquial se comportam de modo a criar o contexto comunicativo, gerando interatividade entre os interlocutores. No dicionário resumidamente prosódia é definida como a arte da gramática normativa que trata da reta acentuação dos vocábulos e, ainda, dos fenômenos de entonação, relativa à correta acentuação tônica das palavras. Ou seja, nada mais é que a parte da linguística que estuda a entonação, o ritmo, o acento sonoro da linguagem falada. A prosódia descreve todas as propriedades acústicas da fala que não podem ser preditas pela transcrição ortográfica.

É justamente a dinâmica da voz e a marcação adequada das ênfases, que indicam a relevância e o gênero da notícia, despertando ou não, o interesse pela matéria. Por isso, sempre deve existir uma conexão entre ideias, intenções e linguagem a partir da fala do apresentador do telejornal. É através das marcas prosódicas de sua locução que o telespectador percebe a intencionalidade do relato e mantém com o apresentador uma relação de interatividade. Desse modo, entende-se que o domínio dos recursos prosódicos associados à intencionalidade são responsáveis, em alguma medida, pela credibilidade de um telejornal.

⁶⁵ Disponível em: <http://www.dicio.com.br/prosodia/> Acessado em 03/10/15

No que diz respeito ao gênero da notícia anunciada, as diferentes características prosódicas se apresentam como marcas para identificação do contexto que a envolve: a distinção vocal entre uma notícia triste e uma alegre, ou ainda de uma policial para uma esportiva, entre tantos outros casos que levam o telespectador a se situar ao longo do jornal e a formar uma representação mental sobre cada assunto. Diante disso, estudar o som como linguagem – nos seus mais variados desdobramentos, apontados ao longo do texto, é o essencial dentro da linguagem de um telejornal; e sua apreciação não se restringe ao manuseio de ferramentas tecnológicas, nem é fruto tão somente da intuição, mas sim, da elaboração e articulação de signos com capacidade de transmitir ideias, sensações e emoções.

5.5. Gestual, Proxêmica e Cinésia

Através da proxêmica podemos entender o uso do espaço pelo ser humano e a sua respectiva percepção. Este fator, aparentemente simples, pode, e influencia, a comunicação cotidiana em todos os níveis. No dicionário, proxêmica⁶⁶ é definida como estudo da distância entre as pessoas e os objetos, incluindo as estabelecidas nas relações interpessoais, no desenho dos espaços e nas reuniões de grupo. Muitos estudiosos se dispuseram a compreendê-la, visto sua importância no universo comunicacional; Edward T. Hall (2005) definiu quatro tipos de distâncias: íntima, pessoal, social e pública. Já Kreps (1995) apresenta o sistema proxêmico considerando três aspectos: o espaço pessoal, a territorialidade e a ecologia de grupo.

Fischer (1994) ainda, estabelece diferença entre os conceitos de território e de espaço pessoal: o primeiro sendo uma área visível e estável, refere-se diretamente ao grau de proteção em relação a objetos, móveis e espaços físicos de trabalho, e o segundo, como uma fronteira invisível em torno do indivíduo, uma zona sócio-afetiva, que não pode ser penetrada por outra pessoa sem provocar uma reação de defesa. Em meu entendimento, foi Hall (2005) quem melhor arquitetou as separações entre os espaços, e resumidamente, pode-se postular:

1) a distância íntima varia do toque até 18 polegadas ou até 40 cm. Cada pessoa experimenta o som, o cheiro, e a sensação da respiração do outro; a distância íntima pressupõe uma aproximação, portanto permite facilmente o contato físico. Por vezes, em espaços exíguos (como num transporte público ou num elevador) essa distância é imposta, gerando um desconforto e, não raramente, a sensação de invasão.

2) a distância pessoal varia de 18 polegadas a 4 pés ou cerca de 1,25 m, o toque só acontece se a pessoa estender o braço; permite proximidade mas sem a sensação de desconforto causada socialmente pela intromissão no espaço íntimo.

3) a distância social varia de 4 a 12 pés ou de 1,25 até 3,60 m, normalmente, acontece em situações de negócios e interações com certo recolhimento social. Caracteriza-se por um relacionamento impessoal onde o espaço muitas vezes é ocupado por um elemento que cause uma barreira física, como por exemplo uma mesa.

4) a distância pública varia de 12 a mais de 25 pés ou excede os 3,60 m, as pessoas costumam mantê-la em espaços públicos. Qualquer ideia de

⁶⁶ Disponível em: <http://www.priberam.pt/dlpo/proxémica> Acessado em 03/10/15

contato físico ou próximo está, neste caso, excluída. (HALL, 2005, p. 137-145)

Além disso, o autor também diz que a maneira como o indivíduo se relaciona e usa o espaço ao comunicar-se, é influenciada por diversos fatores como circunstâncias contextuais (o espaço disponível, a iluminação, o ruído); seus aspectos particulares de personalidade, bem como seu status social; sua bagagem cultural, o gênero, a idade; e um dos mais importantes, segundo o autor, a influência cultural. Fischer (1994) diz que o desenho arquitetônico do entorno, que se insere na territorialidade, também tem uma repercussão importante sobre a organização do trabalho desenvolvido pelo indivíduo, afirmando que a organização do espaço é reveladora do modo de funcionamento do comportamento humano. No mundo das organizações, os espaços correspondem a critérios de especialização que determinam: localizações, distâncias, relações de vizinhança e separação de funções. Por um lado, tem a propriedade de fixar cada um num lugar, garantindo o bom funcionamento e o controle sobre cada um e, por outro, inscreve o sistema hierárquico, dando-lhe expressão e visibilidade.

O espaço de trabalho também seria um espaço pessoal que exprime a identidade de um indivíduo e seu status no interior da organização, que expressam a margem de liberdade e de poder que o indivíduo detém: quanto mais o espaço é personalizado, maior é a margem de autonomia. A personalização aparece como o desejo de fazer reconhecer e apreciar a individualidade na organização e paradoxalmente, o indivíduo tende a criar uma esfera privada num espaço que, por definição, não lhe pertence – sendo que essa característica está invariavelmente ligada à organização espacial das comunicações – o espaço, enquanto organizador da comunicação, impõe a ela canais formais que seguem a necessidade de estrutura-la de uma maneira funcional.

Como dito, para Hall (2005), a influência cultural, é determinante, mesmo sabendo o quão perigoso pode ser generalizar esses aspectos; tomando como exemplo um latino-americano e um oriental; via de regra, para o latino será muito penoso manter a integridade da bolha pessoal – sendo natural para ele se aproximar e/ou tocar no interlocutor durante um processo de comunicação presencial; este aspecto não o incomoda, pois culturalmente sabemos que latinos são extrovertidos e tácteis. Já o oriental se comporta de maneira oposta, pois mesmo vivendo em espaços exíguos, comumente em áreas povoadas por multidões, é extraordinariamente não-tátil, se desculpando rapidamente caso acidentalmente toque em alguém; e por isso mesmo, sente-se incomodado quando seu espaço não é respeitado. Mas dentro do universo da comunicação não-verbal, além da proxêmica, outros fatores influenciam de maneira objetiva a comunicação: o olhar, as expressões faciais, os movimentos, a postura, os gestos – estes aspectos integram a cinésia, que será abordada a seguir.

Para Santaella (1987) cinésia inclui todas as formas de comunicação que não envolvam as palavras expressas e pode abranger todos os órgãos do sentido, ocorrendo pela interação entre as pessoas, mesmo que não haja, como dito, verbalização. Ainda segundo Hall (2005) comunicação não verbal qualifica a interação humana, imprimindo sentimentos, emoções, qualidades e um contexto que permite ao indivíduo compreender os sentimentos ou intenção do interlocutor. Para os autores Ramos e Bortagarai (2011), a linguagem não verbal tem o poder de refletir

pensamentos e sentimentos não pronunciados verbalmente, além de sentimentos e desejos inconscientes. Silva (2002) afirma que nos anos 70, o estudo prolongado de filmes levou o antropólogo Ray Birdwhistell, o pioneiro na formulação dos estudos sobre cinésica, constatar que a linguagem do corpo deveria ser considerada e contextualizada em seu meio social e cultural. Segundo o autor, o antropólogo conclui que grande parte da comunicação humana se passa num nível abaixo da consciência, onde a relevância das palavras é apenas indireta. Mas outros autores além de Silva e Birdwhistell, defendem que a importância das palavras em uma interação entre pessoas é apenas indireta.

Nosso corpo se comunica como um todo, tudo o que fazemos e como fazemos, comunica algo para as pessoas com as quais nos relacionamos, a maneira como dizemos as palavras, gestos, reações, fisionomia, tom de voz, posição corporal, maneira de sentar, e, a capacidade de ouvir. É evidente então, que em determinadas profissões os sinais não verbais são mais, ou tão importantes, quanto a comunicação verbal – principalmente para aqueles profissionais onde a ação está mais diretamente relacionada ao corpo, na medida em que contribuem de forma relevante para melhor percepção de outras pessoas, Davis (1979) defende que somente uns 35% do significado social de qualquer conversa corresponde as palavras pronunciadas. No dicionário⁶⁷, cinésia é definida como “parte da semiótica que estuda os movimentos e processos corporais que formam um código de comunicação extralinguística”. Ou seja, o estudo da linguagem corporal onde todo movimento ou expressão corporal significa e diz algo no contexto em que se apresenta; desde um visível enrubescimento facial, ao um quase imperceptível revirar de olhos.

Em sua tese de doutorado, *O estudo dos gestos vocais e corporais no telejornalismo brasileiro*⁶⁸, a fonoaudióloga Cotes (2008) questionou o fato do corpo permanecer quase imóvel durante o telejornal. Afirmando que nas poucas vezes que havia uma mudança corporal, esta era incompatível com a dinâmica dos enquadramentos das câmeras. Analisando gestos, expressões faciais, postura, meneios de cabeça e mudanças vocais de oito apresentadores em diferentes emissoras, a pesquisadora chegou a conclusão de que o posicionamento rígido e inexpressivo dos apresentadores corresponde a uma maneira antiga de compreender a dinâmica corporal no telejornalismo; herança ainda da transição dos tempos do rádio para o novo veículo e também, segundo ela, para a falta de compreensão do papel do corpo no processo comunicativo. Cotes (2008) afirma que essa rigidez acabou se transformando em uma característica marcante dos telejornais: apresentadores e repórteres intensificam a sobriedade tanto na voz quanto no corpo, tanto para tentarem passar a ideia de seriedade e credibilidade, quanto para causar a impressão de distanciamento da forma de falar cotidiana. E a fala, como já visto, enquanto processo dinâmico e cultural, tem em sua essência diferentes significações:

A variação na interpretação das vogais e consoantes expressa diferentes sentimentos, cria um simbolismo sonoro, e pode ser explorada

⁶⁷ Disponível em: <http://www.dicio.com.br/cinesia/>
Acessado em 20/10/15

⁶⁸ Disponível em: http://www.pucsp.br/laborvox/dicas_pesquisa/downloads/voz_telejornalismo.pdf
Acessado em 04/10/15

pelo orador, da mesma forma que a escolha do vocabulário, que não é resultado somente de opções sociais. Refere-se a um estilo de fala conversacional (OHALA apud COTES, 2008, p. 14).

Já em 1975, a Rede Globo adotou uma espécie de padronização na gesticulação, na voz e na postura de seus apresentadores, com criação de cursos e contratação de profissionais especializados na tarefa de capacitar os profissionais a exercerem esse papel (MEMÓRIA GLOBO, 2004). Para Cardoso (2008), o processo de compreensão da mensagem televisual não pode deixar de lado a observação desses aspectos, já que eles são importantes para o processo de afirmação da sobriedade telejornalística: o corpo dos apresentadores de telejornal, seus gestos, expressões e voz, são pontos essenciais na formação do apresentador como também na padronização do gênero:

Podemos perceber que assim como em outros elementos cenográficos, os gestos dos apresentadores também procuram, diferentemente dos outros programas do gênero, como os matinais e esportivos, que são mais descontraídos, essa sobriedade. E, indo um pouco além, as outras matrizes da linguagem, propostas por Santaella (o verbal, na oralidade dos apresentadores; e o sonoro, em seus tons de vozes), também buscam reforçar ainda mais esse caráter formal do telejornal (CARDOSO, 2008, p. 63).

Numa observação sobre o papel dos apresentadores do Jornal Nacional e seu discurso de “invisibilidade” ou não-presença de um “eu” individual, Fechine (2002) explica que os tons de voz e as expressões faciais neutras dos telejornalistas cumprem a função de apresentá-los como simples mediadores:

Nos telejornais de formato mais convencional, como o emblemático “Jornal Nacional”, o apresentador funciona basicamente como um “operador de passagens” que, mesmo dirigindo-se diretamente à audiência (faz isso olhando para a câmera), não se assume perante esta como um narrador propriamente dito, pois não se apropria do discurso como sendo seu e, pelo contrário, esforça-se para não demonstrar qualquer envolvimento com os acontecimentos narrados. Suas intervenções verbais são, geralmente, construídas em terceira pessoa e são poucas as circunstâncias nas quais se permite demonstrar uma valorização pessoal através de outros sistemas semióticos (tom da voz, expressão facial, gestos etc.). Como delegado mais imediato de um sujeito da enunciação coletivo, o apresentador de telejornal não costuma atuar em nome de si mesmo (enquanto indivíduo singular) (FECHINE, 2002, p. 4).

Cotes (2008) acrescenta ainda que, no final da década de 80, houve uma grande mudança no formato dos telejornais, e aquele padrão mais estereotipado de apresentador, com voz impostada e certo distanciamento, foi sendo substituído pela necessidade de um profissional que utilizasse a comunicação de maneira mais natural, aproximando-se do público e marcando um estilo próprio de atuação, mudança parecida, mencionada a sequência, com a que ocorre hoje:

Passou-se a valorizar mais a característica pessoal do profissional, e com isso houve a exigência de que, além de tudo, o apresentador e o repórter fossem bons comunicadores. Assim tornou-se imperativo desenvolver as habilidades pessoais (...) A atuação também ganhou maior abrangência, tratando da comunicação como um todo, adequando-se a postura, a

expressão facial, uso de gestos, e privilegiando os cuidados com a voz em termos de saúde vocal e expressividade. (COTES, 2008, p. 3).

A pesquisadora defende também que, cada assunto abordado no telejornal deveria despertar uma atitude em quem fala e em quem ouve, desencadeando uma emoção. E reforçando esse pensamento, Machado (2000) diz que ainda hoje algumas narrações de telejornal não cumprem o seu papel, afirmando que talvez não exista na televisão um gênero tão rigidamente codificado como o telejornal – que se constrói sempre da mesma maneira e que fala sempre no mesmo tom de voz. Mas para Silva (2006) as gesticulações e expressões faciais dos apresentadores do Jornal Nacional já não são tão estáticas assim, e estão carregadas de sentido, cumprindo muitas vezes um papel intencional por trás da notícia que, por não ser tão explícito quanto o texto narrado, seja percebido de maneira menos evidente pelo telespectador, tentando assim, não conferir a eles a falta da imparcialidade proposta pelo formato telejornal.

Apesar de não usar a opinião, ou avaliação direta dos mediadores, o Jornal Nacional parece muito parcial por conta das expressões faciais dos apresentadores. Assim, a piscadela de Fatima Bernardes, o olhar de reprovação de Bonner, as expressões de dúvidas, o tom da voz, tudo isso ajuda a construir um sentido acerca da opinião do telejornal sobre os eventos. Os olhares de reprovação não estão associados aos apresentadores exatamente, mas à instituição – o Jornal Nacional – que eles representam (SILVA, 2006, p. 11).

Os apresentadores, enquanto indivíduos são capazes de interagir com o conteúdo, de forma premeditada ou não, proporcionando lampejos de individualidade e de interpretação. Essa, aliás, tem sido uma tendência do jornalismo recente da Rede Globo, que vem cedendo de forma lenta aos comentários e à individualização dos conteúdos jornalísticos através de seus apresentadores. Essa mudança gradual que ocorre, traz consigo a necessidade de novas estratégias que ajudem a permanência da credibilidade nos apresentadores. Segundo Fechine (2002), esse novo papel assumido pelo apresentador é capaz de produzir uma espécie de “contrato de veridicção” entre o profissional à frente do telejornal e o telespectador, explicando que uma imagem sisuda, de textos objetivos e curtos, sem personificação ou adjetivação por parte do jornalista signifique necessariamente falta da verdade ou da credibilidade.

O tipo de credibilidade que se atribui aqui ao ancora não impede uma postura interpretativa declarada do enunciador frente aos fatos noticiados. Pois, o atributo de “verdade” que se confere ao discurso ou o “efeito de verdade” produzido pelo discurso é, agora, proporcional à credibilidade que o espectador deposita no telejornal (FECHINE, 2002, p. 13).

Os autores Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) argumentam que o telejornalismo representa para os brasileiros um lugar de referência, quase o mesmo que o da família, e dos amigos; um espaço de orientação ao qual homens e mulheres recorrem nas sociedades complexas, a fim de obter informações para entender seu cotidiano, seu mundo – de se reconhecerem, num sentido maior de pertencimento. No entanto, com a fragmentação dos espaços de cognição – incluindo aí a televisão; a sociedade vem buscando e descobrindo outros espaços de identificação. Com as perdas constantes do público para a concorrência entre os canais de TV, bem como a competição com a Internet e outras tecnologias, encontra-se o desafio dos telejornais buscarem novos caminhos para o noticiário de televisão, criar novos formatos sem

perder o conteúdo. O que vemos nesse processo é que, além da necessidade de audiência, é preciso reinventar o fazer telejornalístico, incluindo nesse amalgama desde o cenário, o figurino; como também a abordagem dos conteúdos, na edição e exibição.

E no que tange a linguagem, distanciar-se do discurso homogêneo e impessoal, dando lugar a um tratamento personificado, o telespectador é convidado a “bater um papo” com o apresentador e, ainda, é chamado a contribuir na elaboração do telejornal⁶⁹: seja sugerindo pautas, enviando fotos e vídeos, que são exibidos factualmente dentro dos telejornais. A ordem é recriar laços de proximidade e familiaridade com o público, justificando-se daí este comportamento mais descontraído, que tem tomado conta das redações de telejornal, abrindo espaço para a informalidade no estúdio e estimulando o improviso, informando, mas ao mesmo tempo, surpreendendo o telespectador. Uma nova abordagem afim de se romper os paradigmas por muitos anos cultivados, e que apesar de causar certo estranhamento em alguns, aparentemente tem se revelado eficientes na conquista de telespectadores mais jovens, como aponta o jornalista Raphael Narcizo, que comentou, e comemorou, a mudança do JN em seu blog sobre telejornalismo, no dia 07 de maio de 2015.

A Globo estreou na semana passada o novo formato do “Jornal Nacional”, principal telejornal da TV brasileira que teve cenário e identidade visual renovados, além do fato dos apresentadores não permanecerem mais o tempo todo sentados atrás da bancada.(...)Em São Paulo, na comparação com a média das quatro semanas anteriores, o “JN” saltou de 23 para 26 pontos; no Rio, de 25 para 27 pontos; em Salvador, de 26 para 32 pontos; em Florianópolis, de 35 para 38 pontos; em Belo Horizonte, de 20 para 22 pontos; em Curitiba, de 28 para 29 pontos; em Manaus, de 18 para 19 pontos e, em Recife, de 25 para 26 pontos. No Painel Nacional de Televisão (PNT) o “Jornal Nacional” foi de 24 para 26 pontos.(...) A condução engessada do JN foi desgastando a sua imagem e gerando um desconforto tanto para os atuais apresentadores, William Bonner e Renata Vasconcelos, que estavam ali atrás da bancada, como também para quem acompanhava, mais pareciam robôs do que seres humanos. A crise estava instaurada, os índices de audiência passam a não agradar a emissora, foi preciso esperar um bom motivo para transformar o formato do noticiário. Eis que surge o aniversário de 50 anos da Rede Globo! Nada mais original e motivacional para fazer uma revolução na redação do Jardim Botânico. A interação com o público, a proximidade, tudo isso faz muita diferença no resultado final. Que além do feedback satisfatório, rendem números maiores no Ibope. Embora tenham demorado tanto para a adequação do telejornal, o resultado surpreendeu.⁷⁰

5.6. Cenário

Paralelamente, o cenário também é um elemento significativo nesse panorama, pois será dele, juntamente com outros elementos visuais, como o figurino; a responsabilidade de situar os personagens no tempo e no espaço. Segundo Cardoso (2009), o cenário televisivo compõe-se em linguagem específica, e que participa diretamente da composição do texto televisivo. O trabalho de cenógrafo, seja de teatro

⁶⁹ Mande sua notícia para o G1 - disponível em: <http://g1.globo.com/vc-no-g1/index.html> Acessado em 05/10/15

⁷⁰ Com novo formato, “Jornal Nacional” recupera fôlego e ganha audiência em 9 capitais - disponível em: <https://tvacadigital.wordpress.com/2015/05/07/com-novo-formato-jornal-nacional-recupera-folego-e-ganha-audiencia-em-9-capitais-2/> Acessado em 05/10/15

ou cinema, foi realizado no decorrer da história por profissionais do campo das artes, arquitetura, decoração, preocupados em ambientar o local onde aconteceria a atuação dos atores. Entretanto aos poucos, com a disseminação da televisão, primeiramente em preto e branco, e posteriormente em cores, a preocupação com a elaboração dos cenários dos programas televisivos ganhou espaço.

O autor registra que os programas televisivos foram sendo classificados em gêneros, cada um com seu tipo de linguagem cenográfica. E ainda segundo ele, alguns fatores contribuíram para a evolução do cenário na televisão, dentre os quais, o modelo empresarial instituído pela Rede Globo no início década de 60, que acabou refletindo nos processos de produção e especialização de setores como a cenografia; também a chegada de patrocinadores⁷¹, como já mencionado – o que exigiu a inserção do logotipo da marca nos programas de maneira harmoniosa. A formatação dos variados gêneros televisivos como telejornalismo, dramaturgia, programas infantis e programas de auditório – o que, como dito, delimitou uma linguagem específica de cenário para cada tipo de programa, mas sem dúvida, o mais relevante foi o surgimento da TV a cores, bem como o efeito da luz sobre esses elementos coloridos do cenário. Até então, características específicas de superfícies, materiais e texturas, não eram relativizadas, mas quando foram mostradas em cores, se destacaram como nunca antes no vídeo – e por isso mesmo, precisaram de tratamento específico, para como todo o restante, “entrar em sintonia” com esse novo ambiente.

Cardoso (2009) trata o espaço cênico como signo, então esse elemento, quando somado aos demais signos cenográficos e aos signos verbais e sonoros, citados anteriormente, participa da representação por sua vez, como elemento significativo. O cenário seria responsável pela inserção das personagens no espaço e no tempo do texto, transmitindo assim, uma comunicação em sintonia. O autor defende ainda que no caso de um cenário, a Primeiridade se dá no momento em que, antes de ser percebido, transmite uma sensação ou emoção impossível de se descrever e não identificável, por exemplo, cores e formas ao fundo da cena, as quais não tem condições de denotar um objeto, apresentam-se apenas como puras qualidades – os qualisignos. Já na Secundidade acontece o momento em que o cenário se impõe, complementando o espaço com o ator. Existindo, o cenário passa a denotar um objeto nessa etapa da percepção; citando como exemplo as cenas em que há panorâmicas de determinada cidade, normalmente quando se quer indicar que as cenas seguintes se passam nela. Por sua vez, na Terceiridade o cenário passa a ser elemento de significação, de representação simbólica; este nível de apresentação do cenário como sin-signo, sin-signos dão corpo aos quali-signos, que estão, invariavelmente carregados de significados.

No caso da cenografia, assim como em todos os campos da comunicação visual, os elementos básicos da composição (cores, formas, texturas, movimentos etc.) estão potencialmente instrumentalizados para atuar como signos, são quali-signos. (...) Ao definir uma locação, ao desenhar um cenário, escolher cores, selecionar ângulos, movimentos de câmeras, etc., os profissionais responsáveis pelo texto selecionam os melhores elementos (sin-signos) para que possam transmitir a mensagem desejada, para que possam alcançar as sensações previstas. (...) Na medida em que o cenário

⁷¹ Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542008000300004&lng=pt&nrm=isso Acessado em 03/10/15

repete certos padrões, obedece a tipologias etc., então ele atua como um legi-signo. (CARDOSO, 2009, p.49)

A relação figura-fundo também é aplicada pelo autor aos cenários, considerando que participe do texto como elemento comunicacional, e no telejornalismo o fundo participa ativamente do processo de comunicação. É no fundo onde as imagens são projetadas reforçam a notícia, dando suporte ao telespectador para decodificar o assunto tratado, é no fundo também onde se estabelece o ambiente de trabalho: a redação de um telejornal, onde as decisões sobre o que está sendo transmitido, foram tomadas. Arnheim, citado por Cardoso (2009), assim define figura-fundo:

(...) a superfície limitada circundada tende a ser vista como uma figura, a circundante, ilimitada, como fundo. (...) numa situação figura-fundo, todas as formas pertencentes ao plano do fundo tendem a ser vistas como parte de uma cortina de fundo de cenário, continua(...). Quando ocorre movimento no campo, a figura mantém sua integridade enquanto o fundo sofre anulação de um dos lados, e aumento do outro, revelando-se portanto como área que se submete à interferência. (ARNHEIM, 2005 apud CARDOSO, 2009, p.219-223)

O autor diz ainda que a relação entre as partes em uma representação audiovisual não se encontra estática, que em uma imagem televisual, determinada figura pode passar a assumir a função de fundo, assim como um fundo pode assumir o posto de figura. O que como dito anteriormente, ocorre no telejornalismo: quando uma arte projetada na tela ganha status de figura central. Mas nesse ponto, é preciso chamar atenção para um elemento que ainda não foi discutido profundamente, mas que é central na questão da comunicação do telejornalismo: a simultaneidade – e nesse espectro, é reforçada pelo cenário. A simultaneidade, característica fundamental da imagem eletrônica, é o elemento da estética televisiva que se constitui no princípio organizador do telejornal, segundo Machado (1995):

(...) a televisão “pode restituir o presente como presença de fato, pois nela a exibição da imagem pode se dar de forma simultânea com a sua enunciação” (MACHADO, 1995, p. 67).

É fundamental discernir, como aponta Fachine (2006), que o telejornal trabalha simultaneamente, com matérias pré-gravadas e conteúdos “ao vivo”. É pertinente distinguir, como sugere a autora, as configurações de “tempo atual” e “tempo real” no telejornal. Neste, temos situações em que o telejornal registra e exhibe um acontecimento que se desenvolve no momento mesmo em que é transmitido: o real, fazendo com que apresentador e repórter compartilhem de um mesmo “agora” e situem o momento em que falam em uma mesma temporalidade (o presente do telejornal, ou seja, o exato momento em que ele é transmitido). Já na configuração de tempo atual, encontramos situações em que o repórter narra um fato já acontecido, mas é chamado pelo apresentador e surge no vídeo “ao vivo”, atualizando assim o acontecimento passado. Tratam-se de duas estratégias enunciativas que visam produzir um efeito de sentido global do “ao vivo”, pois os telespectadores, em sua grande maioria, nem sempre conseguem distingui-las, pensando na transmissão como um todo, e que se passa diante de nós *aqui e agora*, fazendo-se *em ato*, dentro do cenário, por sua vez, construído com esse intuito: sugerir uma temporalidade “ao vivo”. A autora complementa que, dessa forma, enunciadores e enunciatários

compartilham da mesma temporalidade – como se estivessem existindo num espaço e tempo *sui generis* – uma realidade particular e construída, conseqüentemente levando à impressão de estarem todos em um mesmo lugar, e o cenário é elemento significativo nesse processo, pois existe fundamentalmente, como palco da mediação.

O cenário, quando se encontra no nível do interpretante dinâmico, irá produzir no telespectador em um primeiro momento uma qualidade de sentimento, em seguida uma força energética ao o impelir a uma ação mental, e finalmente uma cognição, ao colocar-se como elemento de significação na encenação. Tendo alcançado os objetivos, previstos no momento da definição e preparo do espaço para atuar como cenário, estando dialogando com texto e servindo a encenação, o cenário terá cumprido seu papel de elemento comunicacional no texto televisivo.

5.7. Figurino

Na complexidade do sistema que compõe a imagem de um telejornal, como se relacionam os aspectos que constituem o corpo e o figurino das apresentadoras tomadas como objeto de análise? Como foco da questão, entendemos figurino como o conjunto de elementos visuais formado pelas roupas, acessórios, cabelo e maquiagem como partículas indissociáveis do corpo, formando com ele um grupo único de significação. Segundo Bonásio (2002), nos programas telejornalísticos a maquiagem deve ser corretiva e discreta, respeitando as características naturais do rosto para provocar um efeito agradável em quem vê – o excesso de produtos pode distrair o telespectador, deixando a notícia em segundo plano. Um olhar menos treinado pode levar à banalização das informações contida em um figurino: cor, modelagem, tecido, composição estética... Perguntas simples demonstram como o figurino de um telejornal não pode ser visto, nem tratado, apenas como vestimenta: as roupas dos apresentadores são todas iguais? Seguem as tendências de moda ou um “padrão” das emissoras? Quem orienta a montagem do visual? Os telespectadores percebem as mudanças de cabelo, de maquiagem, de figurino e de acessórios nos apresentadores? Esses figurinos interferem na informação veiculada? E a partir destas perguntas, outras mais complexas surgem: os apresentadores se mostram de maneira estereotipada na maneira como se vestem? Qual a relação do figurino com o corpo, idade, etnia e gênero desses profissionais? O figurino é capaz de significar ideias como credibilidade, emoção e erotismo? E mais importante, esses padrões visuais criam referenciais estéticos e comportamentais no telespectadores?

Barnard (2003), afirma que a comunicação pode ser concebida como um processo em que alguém diz alguma coisa a outro em um determinado meio ou canal e com determinado efeito. Nesse sentido, para o autor, uma roupa ou indumentária seria o meio ou o canal pelo qual uma pessoa diz uma coisa a outra, com o intuito de informá-la de algo. Barthes (1979) tem uma visão mais ampla da comunicação através da moda, defendendo que na tentativa de tornar o corpo palco de um discurso, o ser humano usa o sistema da moda para estruturar sua apresentação pessoal. E esse sistema seria composto pelas possibilidades de suas combinações, sendo que o processo se daria pelo conjunto de elementos selecionados entre todos os disponíveis, e finalmente organizados pelo indivíduo conforme a sua idealização. Uma vez processados, esses elementos constituirão aquilo que convencionamos chamar de aparência. Ainda para o autor, a aparência é o desejo de se mostrar similar a um modelo desejável e, sobretudo, de se manifestar diante do outro; uma espécie de

camuflagem na maneira superficial de se apresentar publicamente, ocultando sua essência sob essa “camada externa”.

A crise na pós-modernidade formulada por Hall (2001), analisa que vivemos diante de mudanças estruturais que fragmentam e deslocam as identidades culturais, que se antes eram bem delimitadas, hoje encontram-se borradas em seus limites. Em sua teoria, o autor expõe algumas questões sobre a identidade cultural na modernidade tardia e avalia se existe uma “crise da identidade”, em que consistiria essa crise e em que direção estamos indo com a perda de um “sentido de si” trazendo uma mudança que transformou, e transforma ainda, as sociedades modernas no final do século XX. Considerando então a teoria do autor, o telejornal agiria como catalizador de identidades, pois é um gênero televisivo presente de forma massiva em quase todas as emissoras de televisão em canal aberto do país, cumprindo o papel no processo de significação, nas concepções de corpo e estética enviadas à sociedade, que não podemos deixar de mencionar, é também retroalimentado por ela?

No pensamento de Baudrillard (1995), a sociedade contemporânea se definiria não pelo consumo simples inerente ao ser humano, mas pelo consumo simbólico de bens; não pelo que eles são, mas pelo que eles representam socialmente. O corpo e a moda são, para essa sociedade de consumo, não mais aparências, mas formas de demonstrar como se quer ser classificado socialmente. Miranda (2008) endossa o que diz Baudrillard:

O consumo simbólico é visto como forma de mediar autoconceito e comportamento de consumo. O símbolo impulsiona a atitude de compra para um produto ou outro, conforme os seus significados expressos na sociedade, na qual o indivíduo interage e como ele se define, ou como deseja ser percebido por ela. (MIRANDA, 2008, p. 18)

A partir da afirmação dos autores, podemos supor então que o consumo de produtos simbólicos, como roupas, acessórios, e por que não, cortes e cores de cabelo, podem ser vistos como elementos de significação social. Para o pesquisador Baitello Jr. (1997), os símbolos necessitam de uma “reiterada afirmação para que sejam eficazes; isto se dá por meio da presença também reiterada de seus portadores materiais, de seus suportes, e quando estes dão sinal de esgotamento, pela sua substituição por novos suportes.”, (BAITELLO JR, 1997, p. 100)

Dessa maneira, seriam os telejornais, mais especificamente seus apresentadores, suportes materiais para ressignificação de símbolos? Invasão de maneira ritualizada nosso cotidiano visual com suas formas de vestir, seus gestos, seus comportamentos, fazendo parte do rotina dos lares – simbolizando e, ao mesmo tempo, sendo os próprios símbolos?

A mídia, como já mencionado, além de ritualizar e simbolizar, naturaliza estéticas da vida cotidiana, e o corpo matéria essencial para a existência, vira parte indispensável da experimentação midiática. O corpo é considerado pelos estudiosos nossa “mídia primária”, o primeiro meio de comunicação que temos com o mundo, e toda troca comunicacional nesse sistema é realizada de maneira sensorial, começando

e terminando nele todo processo de comunicação. A etimologia⁷² da palavra corpo remete a varias origens: do latim *corpus*, *corporis*, carne, substancia física e sensível, ou a estrutura de cada homem ou animal; todo objeto material constituído pela percepção humana e estável no espaço; na filosofia, “todo objeto material constituído pela percepção humana e que possui qualidades que representamos como estáveis pode ser considerado corpo; suas propriedades fundamentais são a extensão em três dimensões e a massa” (COSTA, 2009, p. 81); para a psicologia, o corpo é instrumento das condutas e suporte da identidade. E na medicina, aparece como organismo vivo, conjunto unido e complexo; sendo o objeto da anatomia e da fisiologia. Já para Featherstone (1995), o corpo serve para a materialização de uma espécie de gosto, de classe, uma espécie classificação encarnada no social:

O corpo, as roupas, o discurso, os entretenimentos de lazer, as preferencias de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de ferias (...) de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo do proprietário/consumidor (FEATHERSTONE, 1995, p. 119).

Esses conceitos postos e, porque não dizer, corporificados, servem para estruturar pensamentos concebidos abstratamente, e que normalmente não são esmiuçados por fazerem parte da nossa existência habitual – mas que no contexto geral da pesquisa, se mostram como parte essencial para o estudo. Visto o consumo, o corpo e suas nuances, partimos então para a decodificação do figurino propriamente dito.

Nos primeiros anos do telejornalismo não havia ainda o profissional que pensava ou produzia figurinos apropriados para o meio, no entanto desde inicio do telejornalismo no Brasil, houve uma preocupação com a roupa e com o corpo, ainda que de maneira intuitiva. Como mencionado em cenário, a chegada da TV em cores ao Brasil foi um marco na forma como as emissoras de televisão também passaram a enxergar o figurino – não só para telejornalismo, mas especialmente para ele. Pois, como registrado em um dos livros da série *Memoria Globo* (2004), a emissora carioca, depois de alguns episódios marcantes, percebeu a importância de se pensar a vestimenta de forma profissional no contexto telejornalistico.

No começo, empolgados com a novidade, os apresentadores ousavam nas cores, e nas padronagens dos ternos. Cid Moreira lembra que chegou a usar paletós verdes, cor-de-abóbora e quadriculados. Mas a euforia do colorido logo passou: em 1975 a direção de jornalismo da Globo designou um profissional especializado para escolher as roupas que os locutores e repórteres deveriam usar para aparecer na tela (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 52).

Atualmente, em todas as grandes emissoras de televisão há departamentos que trabalham para harmonizar a forma como os apresentadores e repórteres vão aparecer na tela, cuidado que se repete até mesmo nas pequenas emissoras. Publicações específicas sobre o assunto, são escassas – mas os manuais de telejornalismo e livros sobre produção televisiva explicitam, de uma maneira geral, a importância da imagem

⁷² Significado de corpo dicionário Michaelis - disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=corpo> Acessado em 04/10/15

do profissional de telejornalismo. Na Rede Globo, a jornalista Regina Martelli⁷³, que está à frente do suporte visual de repórteres e, principalmente, apresentadores no complexo do Jardim Botânico, norteia o que implica na construção da imagem do jornalista de televisão.

Acompanho os jornais internacionais apenas por curiosidade, porque o visual do jornalismo de alguns países está muito distante do gosto dos brasileiros. Eu me informo sobre tendências, claro, mas a escolha das roupas tem a ver com um visual contemporâneo combinado à personalidade da pessoa e o tipo do programa. Como o nosso principal produto é a notícia, o jornalista acaba sendo secundário, porque o que tem que aparecer é a notícia. Quando o jornalista está com uma roupa diferente demais, moderna demais, as pessoas passam a comentar sua roupa, ao invés de comentar o que está falando. Então a nossa orientação é colocar uma roupa com harmonia, contemporânea. Não pode ser vanguarda e causar estranheza nas pessoas. Há muitos detalhes, mas o importante é que o jornalista passe credibilidade, seriedade e que as pessoas confiem naquilo que está sendo passado.

Apesar de Regina frisar que não faz um acompanhamento diário ou individualizado dos figurinos telejornalísticos (segundo ela, os envolvidos têm liberdade e participam das escolhas juntamente com sua equipe) – seria um tanto ingênuo e contraditório afirmar que os jornalistas de televisão ocupam na sociedade o mesmo papel que um jornalista de outro veículo de comunicação que não tenha a mesma visibilidade. Entendendo os produtos jornalísticos como culturais e sociais, os veiculados na televisão alcançam uma dimensão ainda maior que os outros, é nesse contexto que aparece a simbologia dos apresentadores, como representantes da suposta “verdade” que envolve o telejornalismo, como modelos ideais e idealizados, como figuras públicas, que entram cotidianamente em nossas casas e que naturalizam suas imagens; se transformando ao longo do tempo em símbolos de referência. A jornalista diz que trabalha no figurino do profissional de telejornalismo de maneira “acromática” ou isenta, na prática isso se mostra impossível, uma vez que o apresentador é a figura mais marcante do telejornal, favorecido ainda pelo poder da mídia de massa e também das técnicas audiovisuais, como enquadramentos, já mencionados, e edição, que será tratado adiante na pesquisa.

Nos produtos audiovisuais de ficção, uma das principais funções do figurino é a de identificar a personagem: ao visualizar o ator e seus trajes já se sabe se está diante de um homem ou mulher, e qual sua função: se é empresário, professora, médica, jogador de futebol... Como defende Marcondes Filho (1988), considerando que os telejornais e as telenovelas tem mais características dramáticas em comum do que supõe o senso comum, essas questões também devem ser levadas em consideração na hora de compor o visual do “personagem” apresentador. Na impossibilidade de encontrar autores que trabalharam exclusivamente nas classificações dos figurinos para telejornalismo, optou-se por trazer uma formulação de outros produtos audiovisuais, adaptando esse entendimento ao telejornalismo.

Um figurino em uma produção audiovisual é composto por todas as roupas e acessórios projetados e/ou escolhidos pelo figurinista, de acordo com as necessidades do roteiro, da direção, do formato e, na maior parte das vezes, de orçamento. Sua

⁷³ Disponível em: <https://jassessoria.wordpress.com/2010/04/09/regina-martelli-figurinista-dos-jornalistas-da-rede-globo/> Acessado em 04/10/15

composição ajuda a definir o local onde se passa a narrativa, o tempo histórico, a atmosfera pretendida, e também vai ajudar a delimitar peculiaridades dos personagens. Os autores Betton e Martin (1987) classificam os figurinos em três categorias: realistas – que comportam todos os figurinos que identificam uma época, são os que precisam de precisão histórica; para-realistas – quando o figurinista usa a moda de uma época como inspiração, fazendo uma estilização, a preocupação com tendências e beleza prevalece sobre a exatidão histórica; e simbólicos – quando a fidedignidade perde espaço e o figurinista pode trazer simbolicamente efeitos dramáticos ou psicológicos. Pode-se então a partir disso, encontrar algumas semelhanças entre os formatos, e identificar no figurino dos telejornais elementos dos figurinos realistas – já que eles retratam a época histórica atual com precisão, mas também dos para-realistas – compreendendo que existe um processo de estilização e preocupação com a estética e beleza.

O tipo de tecido, o corte, a modelagem, a cor da roupa, a silhueta, a maneira de prender um cabelo ou a maquiagem, podem nos dizer muito sobre um personagem e o mundo em que ele vive. As roupas efetuam uma comunicação clara através de seus símbolos e signos que transmitem mensagens com significados que são constantemente (re)interpretados; estabelecendo conosco uma comunicação, fazendo parte da linguagem visual – juntamente com os gestos e as expressões corporais. Nesse mesmo sentido, Castilho e Martins (2008) definem que:

(...) a proposta de criação do qualquer traje como “discurso” é instaurado com base na percepção do meio circundante que consegue imprimir na criação do traje as qualidades ou problemáticas de seu tempo, que respondem a uma maneira de o sujeito integrar-se ao universo de valores até então estabelecidos. (CASTILHO E MARTINS, 2008, p. 33)

Cardoso (2008) defende o papel do figurino e do corpo como elementos significativos na composição da cenografia do telejornal, tomando como exemplo o JN:

Apesar de sua associação com o azul da emissora, já que o *Jornal Nacional* é um dos programas mais representativos da TV Globo, podemos afirmar que, como quali-signo, o predomínio do azul no cenário em planos fechados embebe a cena com as qualidades fundamentais para a imagem do telejornal: confiança, verdade e seriedade. Podemos perceber que os outros elementos cenográficos, como o figurino, o penteado, os gestos dos apresentadores, também procuram, diferentemente de outros programas do gênero, como os matinais e esportivos, que são mais descontraídos, essa sobriedade (CARDOSO, 2008, p. 63).

Segundo Barnard (2003), a significação da roupa na sociedade ajuda nas interações, e afirma que “é parte do papel ou função da roupa, do vestuário ou indumentária, neste contexto, o de tornar a sociedade possível, de ser parte da produção e da reprodução de posições de poder relativo dentro de uma sociedade.” (BARNARD, 2003, p. 79). O autor relaciona ainda, funções para a roupa: proteção, pudor, encobrimento, impudor, atração, comunicação, expressão individual, status social, símbolo político, condição mágico-religiosa, ritos sociais e lazer. E, segundo ele, através dessas funções seria possível compreender o papel cultural que a moda (mais do que a roupa em si) ocupa na sociedade ocidental contemporânea, e a partir daí compreender as significações geradas por ela. Ele entende que o significado das

roupas pode ser dividido em dois níveis: denotação e conotação, sendo a denotação o sentido literal daquela imagem, físico e literal; e a conotação a interpretação pessoal dada a ela, subjetiva e individualmente. Sendo que, a denotação seria “factual, concerne ao material de que é feito o tecido, onde é fabricado, quando etc.” (BARNARD, 2003, p. 125), enquanto a conotação suscitaria em significações diferentes para cada pessoa ou grupo social, já que “a compreensão da conotação é um assunto intersubjetivo e hermenêutico” (Idem, p. 129).

É possível então, afirmar que, através de denotação e conotação como parte dos significados das roupas, elas carreguem consigo um poder ideológico, atribuído através do processo conotativo de significação. É importante frisar que denotação e conotação são conceitos que se dão de forma simultânea na vida cotidiana.

Moda e indumentária são, então, ideológicas, na medida em que são também parte do processo no qual grupos sociais e estabelecem, mantem e reproduzem posições de poder, e relações de dominação e subserviência (...) essas posições são feitas para parecerem naturais e legítimas não só aqueles em posição de dominação, como aos que se acham em posição de subserviência (BARNARD, 2003, p. 68-69).

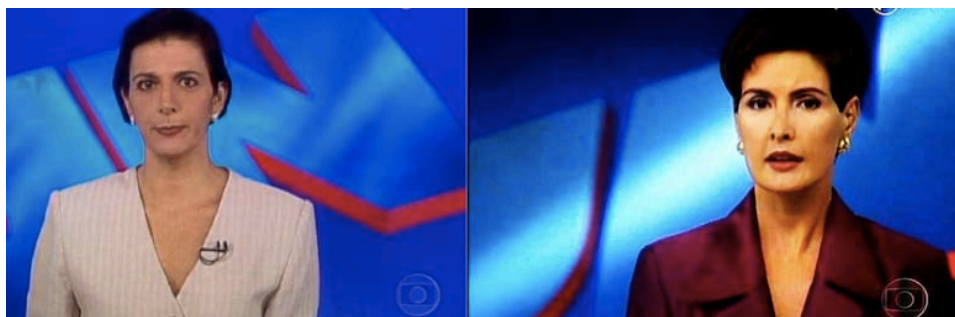
O terno é capaz de inspirar confiança e definir o lugar em que o homem se encaixa na sociedade, por isso é peça fundamental no guarda-roupa de um executivo. O conjunto calça-paletó-camisa, formal ou informal, conhecido como o terno masculino, constitui o que conhecemos como alfaiataria e é composto por uma gama grande de variedades de peças: paletós, calças, camisas, coletes, casacos e gravatas. Em sua obra *O Sexo e as Roupas*, Anne Hollander (1996) lembra que a moda é um fenômeno social, e que as mudanças no vestuário são, por sua vez, mudanças sociais também. Para a autora, o poder da permanência da alfaiataria mostra a autoridade, a força simbólica e emocional dos valores de perpetuação, defendendo ainda que seu uso (da alfaiataria) pela mulher, é o grande marco da história do vestuário no séc. XX.

O terno tem um caráter abstrato e apresenta uma mensagem de continuidade formal que é profundamente satisfatório no mundo contemporâneo, por isso o seu não desaparecimento e a mudança do seu campo de atuação também para traje feminino e para o traje casual, o que trouxe mudança para seu significado social e sexual. O seu uso para as mulheres indica uma trégua na relação dos papéis e traz à tona a grande discussão da androginia através da moda. Como roupa de mulher, o terno *tailleur* carrega consigo os mesmos valores de sensualidade e poder que estão neste traje como roupa masculina. (HOLLANDER, 1997, pag 159)

Essa postura política da mulher usando trajes de homens foi recorrente na história ocidental; sendo a estilista francesa Coco Chanel a maior responsável por tirar esse *ar de protesto* das vestimentas masculinas usadas pelas mulheres e torná-las aceitas socialmente, lhes conferido feminilidade. Mas ainda hoje, o pensamento que distingue a roupa feminina da roupa masculina, como sinônimo de seriedade e credibilidade, impera nos ambientes de trabalho. Sendo encarado inclusive, como característica de profissionalismo às mulheres que adotam o “terninho”, além disso, e desejado também nesse aspecto, sobriedade na maquiagens e discrição nos acessórios. Ainda hoje a *feminilidade*, que foi anteriormente conceituada e pode ser definida entre outras coisas, como fragilidade; e competência profissional não parecem ser características que possam andar juntas, especialmente num ambiente tipicamente

masculino. Com o jornalismo não parece ser diferente, já que se trata, como também apontado anteriormente, de um ambiente extremamente masculino.

Como rapidamente abordado, a televisão esperou 40 anos no Brasil para que as mulheres pudessem ocupar, mesmo que esporadicamente, o posto de apresentadora do telejornal mais importante do país. Primeiro em 1992 com a jornalista Valeria Monteiro, que já apresentava o RJTV, e depois em 1996, quando o cargo passa a ser ocupado definitivamente por Lillian Witte Fibe; apesar de não se ter encontrado referenciais a essa questão, fica evidente que a apresentadora teve que aderir um visual masculinizado, própria do ambiente e da função que exercia – para que assim pudesse cunhar sua imagem à credibilidade. O mesmo aconteceria com Fatima Bernardes, que substituiria Lillian Witte Fibe dois anos depois; no entanto, as sucessoras de Fatima: Patrícia Poeta e Renata Vasconcellos, mudaram um pouco essa padronagem estética.



Lillian Witte Fibe e Fatima Bernardes em 1996 e 1998⁷⁴



Patrícia Poeta e Renata Vasconcellos em 2014 e 2015⁷⁵

⁷⁴ Fotos das apresentadoras - disponível em:
<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/globo-economia/ficha-tecnica.htm>
Acessado em 11/10/15

⁷⁵ Fotos das apresentadoras - disponível em:
<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/globo-economia/ficha-tecnica.htm>
Acessado em 11/10/15

Com base nas imagens, podemos observar o modelo padrão adotado pelas primeiras mulheres que ocuparam de maneira titular o posto de apresentadoras do JN. Cabelos curtos, lisos e sem ondulações ou caimentos diferentes, remetem à estética andrógina, aquela em que homens e mulheres são esteticamente parecidos, muitas vezes até confundidos, como defendem o autor Toby Fischer-Mirkin (2001). Essa informação, quase “assexuada” da mulher no início da sua participação no Jornal Nacional, é reforçada por outras mensagens simultâneas: maquiagem básica, acessório discretos, o uso de roupas serias, com cores sóbrias, com ombreiras e claramente inspiradas no traje formal masculino: o terno.

Usar roupas com corte masculino pode dar à mulher uma sensação confiante de poder. Atraída por ternos e calças, não só pelo conforto, mas por seu simbolismo fálico velado, a mulher que usa calça comprida e ombreira ao mesmo tempo se sente, e parece mais forte. E não é mistério o motivo pelo qual iríamos desejar investir nas qualidades masculinas, uma vez que, historicamente, os homens tem alcançado uma série de oportunidades e privilégios negados às mulheres. Usar roupa de homem é uma maneira simbólica de herdar essa posição privilegiada (FISCHER-MIRKIN, 2001, p. 77).

No entanto o autor salienta que o uso de roupas masculinas pelas mulheres como forma de tentar se igualar socialmente ao homem não nasceu com o telejornalismo, começou no século XIX.

A romancista francesa George Sand (pseudônimo de Lucile Aurore Marie Dupin) usava roupas de homem já em 1830 para protestar contra o *status* desigual da mulher. Nos anos 10 e 20, as mulheres europeias e norte-americanas audaciosas, a maioria das quais estava associada ao movimento feminista ou a movimentos filosóficos e artísticos de vanguarda, deliciavam-se em chocar a sociedade tradicional usando ternos, gravatas, chapéus e até sapatos de homem. Sua intenção era óbvia: sacudir o *status quo* e declarar sua independência nos papéis de gênero rígidos (FISCHER-MIRKIN, 2001, p. 78).

5.8. Cor

Simbolicamente a cor comunica, e a dimensão semântica explora as relações entre as cores e suas representações; assim como os códigos e associações que se estabelecem de acordo com cada cultura. As cores fazem parte da estética dominante, cujo caráter é filosófico e mutante, mas existem no entanto, aspectos comuns a muitas culturas que se originam nas qualidades da própria cor. O que nos permite encontrar o sentido da cor em determinadas situações, mesmo cientes de que possuem diferentes significados que variam entre diferentes culturas.

Na cultura ocidental, as cores estão relacionadas com as emoções do ser humano e também podem assumir diferentes funções, por exemplo, através das cores padronizadas nas placas de trânsito ou nos semáforos. Na decoração dos ambientes, o efeito estimulante das cores não é negligenciado, muito menos seu efeito energético – que segundo estudiosos, poderia influenciar até mesmo na saúde das pessoas. A cor significa, provoca sensações, é capaz de comunicação. Na informação audiovisual, mas especificamente, na linguagem telejornalística, a cor não é apenas um elemento

decorativo ou estético. Funciona como complemento da informação, possui influência na percepção da forma, interferindo em sua legibilidade, visibilidade e credibilidade; além dos aspectos simbólicos e culturais que evoca. A cor, então se configura como um elemento de extrema importância na transmissão da informação, na medida em que pode desempenhar diversos papéis comunicativos.

Quando há, na tela, as figuras dos apresentadores em um plano próximo – tendo como cenário apenas fragmentos do mapa-mundi em diversos tons de azul, ou então, o fundo com o logotipo *JN* e pequenos fragmentos de objetos, como a bancada e a balaustrada, com delicadas nuances de luz e sombra, notamos que o elemento básico predominante é a cor (CARDOSO, 2008, p. 62).

Em seu livro *As cores na mídia*, Guimarães (2003), define a cor como informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro – definição parecida com a do som, exceto pelo órgão inicial perceptivo. No que se refere aos telejornais, após o surgimento da televisão em cores, que como visto anteriormente, causou grande impacto na sua linguagem visual; a cor era usada com moderação, tanto pelo alto custo para sua aplicação, quanto pela falta de tecnologias que pudessem agilizar a sua criação e facilitar o seu uso. Mas o que antes demandava muito tempo para ser desenvolvido, ou era muito caro para ser aplicado, foi beneficiado com o uso da computação gráfica; o autor diz ainda que “com o desenvolvimento dos programas de tratamento digital de imagens e de paginação com interface gráfica amigável, ocorreu uma grande profusão de imagens e de cores”. (GUIMARÃES, 2003, p. 53)

É essencial reafirmar que o trabalho de Guimarães (2003) sobre as cores na mídia, não aborda diretamente a questão do figurino no telejornalismo – sua reflexão acontece principalmente em cenários e elementos gráficos, mas trata a questão do figurino de forma transversal em sua obra, ao compreende-la como parte significativa do cenário. O autor cita alguns exemplos da intencionalidade da cor nas roupas em momentos específicos do telejornalismo brasileiro, como na morte do jornalista Tim Lopes, da Rede Globo, quando os apresentadores e equipe apareceram no cenário trajando preto, em referência clara ao luto. Também cita que, na última semana da Copa do Mundo de 2002, “muitos jornalistas de vários programas e de diversas emissoras, escolheram vestes amarelas nos momentos de euforia nos dias das vitórias da seleção brasileira de futebol” (GUIMARÃES, 2003, p. 138), e ainda o “envolvimento figurinístico” dos apresentadores do Jornal Nacional quando anunciaram a escola de samba campeã do Carnaval do Rio de Janeiro, em 2002:

Um detalhe sutil que quase passa despercebido resume essa possibilidade de participação da cor na notícia: os dois apresentadores do principal telejornal da Rede Globo, o *Jornal Nacional*, embora mantendo seriedade, participaram da construção visual da informação por meio de uma gravata esverdeada de um e uma blusa rosa quase escondida por baixo do paletó preto de outro, no dia em que noticiaram a vitória da escola de samba Estação Primeira de Mangueira, no carnaval do Rio de Janeiro. (GUIMARÃES, 2003, p. 141).

A mesma observação de uso cultural e intencional da cor através do figurino foi observada na cobertura jornalística da Rede Globo no réveillon de 2014 para 2015. O branco, cor que é culturalmente vestida das comemorações de Ano Novo no Brasil,

foi usada por vários repórteres e apresentadores, homens e mulheres, em programas de veiculação nacional e regional.

O branco, o preto e o cinza, fazem parte das cores acromáticas e provocam sensações polarizadas, que podem ser tanto positivas como negativas. Na cultura ocidental o branco simboliza luz, ordem, limpeza, pensamento, otimismo, harmonia, estabilidade e divindade; já o preto por sua vez, traz significação oposta: sujeira, morte, dor, temor, sordidez, angustia e intriga, mas ao mesmo tempo, “se torna alegre quando combinado com certas cores. Muitas vezes, tem conotação de nobreza, seriedade e elegância” (FARINA et al., 2006, p. 98).

É nesse sentido que usaremos essa cor, tendo como entendimento que estes são os significados adotados no mundo da moda, e entendendo o universo do figurino englobado pela moda. Segundo Jones (2005), o preto é clássico desde que a estilista francesa Coco Chanel o retirou da esfera do luto e o colocou nas passarelas da moda. Sinônimo de sobriedade e das coleções de inverno, o preto passou a ser também considerado sóbrio, elegante e capaz de imputar respeito.

Diferentemente das mulheres, que estão autorizadas a usar as cores de maneira mais livre, no caso dos homens gravatas ficam responsáveis pela ousadia na cor, que além do preto, do cinza e do azul, também aparecem em roxo com estamparia de bolinhas brancas e em vermelho bordô com listras juntamente com azul e branco. Cores que, na classificação significativa de Farina et al. (2006) são provocadoras de sensações cromáticas, capazes de causar sentimentos fortes, imprimir alegria, irradiar emoções. O azul, por exemplo, na explicação do autor, quando utilizado numa gravata, pode trazer a todo figurino, maior sobriedade e sofisticação, “desempenhando a função de empurrar as figuras principais para frente” (FARINA et al., 2006, p. 102). O roxo, por sua vez, carrega consigo as ideias de grandeza, dignidade, profundidade e calma; o amarelo também é uma cor que aparece nas gravatas com certa frequência, e pode significar luz, calor, descontração, otimismo e alegria. Já sobre as chamadas cores frias, os autores afirmam que uma composição com a sua utilização é harmoniosa, “ (...) uma serie de tons de uma mesma cor colocadas juntas no plano bidimensional pode oferecer uma sensação de harmonia.” (FARINA et al., 2006, p. 89)

Mas a harmonia de cores não é conseguida somente através de tons de uma mesma cor, ela também pode ser conseguida através de cores que possuem uma parte básica da cor comum a todas, ou quando é usada no mesmo tom. Para Wilhelm Ostwald, citado por Farina et al., harmonia é definida de forma sucinta: “Harmonia é ordem” (OSTWALD *apud* FARINA et al., 2006, p. 89). Apesar de simples, a afirmação também é pertinente já que a harmonia impede a confusão e o cansaço do visual e o exagero de cores no desenvolvimento de interfaces de qualquer ordem. Com relação à cor, os autores explicam que o contraste pode produzir sensação de movimento, expansão reflexão e impressão estática, ou seja, através do contraste pode-se produzir a distinção da forma quanto ao tamanho, posição, volume e aparência dos objetos. Postas então as questões a respeito de harmonia e contraste de cores, podemos entender que os tons escuros, geralmente utilizados nos paletós dos apresentadores e apresentadoras, ficam mais harmoniosos se usados dentro do contexto do telejornalismo, já que compartilham bases cromáticas como o azul e o

preto, diferente do que ocorreria em cenários mais claros, que se harmonizariam com uma cartela diferente de cores.

5.9. Modelagem

Textura e os tecidos são essenciais para definir modelagem de uma roupa, essa forma que o corpo toma em conjunto com esses elementos, tem bases culturais e se modifica ao longo do tempo, mudando também os seus significados. Como mencionado anteriormente, Barnard (2003) ligou a moda às posições ideológicas: de tempo, da religião, e dos poderes. Logo, a modificação de modelagens ao longo da existência humana não pode ser dissociada da história: o crescimento das catedrais góticas pela Europa, trouxe consigo o surgimento das túnicas e das mantas eclesiásticas; as roupas nos tempos de guerra acompanham a sobriedade e a escassez dos recursos; a euforia do pós-guerra revelou-se através das cores e da exuberância das formas, como por exemplo no *New Look*⁷⁶, de Christian Dior.

Stallybrass (2004) endossa o que diz Barnard, quando afirma que pensar sobre a roupa significaria pensar não apenas a sua relação com o corpo que a recebe, mas também pensar a memória, as relações de posse e poder, por meio da transmissão e partilha de bens. Para ele, que foi profundo observador da maneira de como a moda marca rupturas, a roupa é capaz de preservar ou carregar o corpo ausente, a memória, a genealogia ou a identidade, o valor imaterial, bem como o valor literal. Nas bibliografias que tratam do figurino para produtos ficcionais na televisão, como em Arruda (2008) e também Leite & Guerra (2002), o volume e a textura são características importantes na hora de compor a imagem de um personagem. É possível identificar um traje de época ou ainda, enfatizar uma cena, somente com o emprego adequado das vestimentas. O uso de formas volumosas também pode ser utilizado para revelar, ressaltar, ou até, esconder aspectos do corpo do ator. E a distinção social também se faz através delas: personagens pobres são comumente apresentadas em tecidos mais rústicos, o oposto acontece com a utilização de bordados, recortes, e vazados que dão sinais claros de riqueza. Bonásio (2002) defende a ideia de que, nos programas de não ficção, um apresentador só será levado a sério, caso se vista de maneira apropriada ao estilo e ao formato do programa.

As roupas estão diretamente relacionadas à imagem que você passa diante das câmeras. A roupa que você escolhe, deve complementar o programa e os seus próprios objetivos de comunicação. (BONÁSIO, 2002, p. 143).

5.10. Edição

É na ilha de edição que o editor de imagem e o de texto unem o off (texto que conduz a reportagem, gravado pelo repórter posteriormente à verificação das imagens gravadas), às imagens filmadas pelo cinegrafista. São esses editores que decidem também em que momento da matéria aparecerá a passagem do repórter e juntos, avaliam, como dito anteriormente, se a matéria vai receber uma trilha sonora. Nos manuais de jornalismo⁷⁷ em geral, a indicação é de que cada matéria tenha cerca de

⁷⁶ Dior revoluciona a moda - disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/fatos-historicos/dior-revoluciona-moda-com-new-look-10490885> Acessado em 04/10/15

⁷⁷ Disponível em: <http://jornal.metodista.br/tele/manual/manual.htm> Acessado em 05/10/15

um minuto e meio de duração. Além da montagem da matéria, o editor deve acrescentar a ela informações que cheguem de última hora. É dele a responsabilidade de fechar a lauda e liberar a matéria para ir ao ar. Em todos os manuais pesquisados verificou-se também algumas normativas técnicas quanto ao uso dos recursos da imagem:

Sonoras: No hard news nunca deixe a sonora muito longa. Dê ritmo a matéria editando uma frase de efeito com poucos segundos. Use o recurso do Insert: se o entrevistado detalhar alguma cena e a equipe tiver as imagens cubra parte da sonora com estas imagens.

Split: é a técnica de prolongar a imagem que vem do off por um ou dois segundos em cima da sonora.

Efeitos de transição: use este recurso edição em matérias especiais. No hard news prefira corte seco. Evite repetir a sonora de um mesmo entrevistado na mesma matéria. Use sempre que possível o sobre som. Ele revela o clima em que a matéria foi feita⁷⁸.

Com as matérias editadas, o chefe de redação e os editores executivos montam no computador o espelho do jornal, uma espécie de tabela que mostra quanto tempo cada matéria terá, e em que ordem cada uma vai aparecer - as mais impactantes costumam vir primeiro, mas isso vai depender da linha editorial que o telejornal seguir. Em geral, um telejornal tem por volta de 35 minutos de arte, ou seja, já descontados do seu tempo total os comerciais.

Quando se aproxima a hora de levar o jornal ao ar, o diretor de TV, o chefe de redação e os editores executivos seguem para uma sala de controle conhecida como switcher. É o diretor de TV quem diz para que câmera o apresentador deve olhar e também indica aos câmeras como os planos serão enquadrados, recortes esses, como visto anteriormente, vão conduzir o telespectador pela linha visual seguida pelo jornal. A edição dos planos e os cortes utilizados servem para dar ordem e colaborar na construção da narrativa do telejornal; como também indicado nos manuais, no jornalismo de televisão, dá-se preferência ao corte seco, sem efeitos visuais de edição; pois quando usados em excesso deixam transparecer a realidade modificada do telejornal. No entanto, em alguns momentos, podem ser utilizados recursos como *fade in* e *fade out* para clarear ou escurecer gradualmente a imagem na tela. A edição completa seria então a junção de todos esses elementos, mas não só isso, pois além dessa logística, esse diretor também deve coordenar os trabalhos de som, telecine, efeitos – supervisionando e dirigindo toda a equipe operacional durante os trabalhos, que envolvem também a arte, o gerador de caracteres, e muitos outros – que de uma maneira geral, vão complementar visualmente as notícias.

5.11. Recursos visuais

Em sua tese de mestrado *Design Televisual - uma análise sobre o processo de construção da identidade audiovisual da Rede Globo de Televisão*, a pesquisadora Rosana Vaz Silveira (2008) define como elementos de composição do espaço televisual, todos essas unidades⁷⁹: cenário (real e virtual), selos, tapadeiras, marca

⁷⁸ Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/69387594/APOSTILA-LINGUAGEM-E-REDACAO-PARA-TV#scribd> Acessado em 11/10/15

⁷⁹ Design Televisual - disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp129505.pdf> Acessado em 05/10/15

d'água, o próprio apresentador, infográficos, canopla, texto, iluminação, figurino, sonoplastia, tarja de rodapé, vinheta, *split screen* ou tela dividida (que mostra dois eventos simultaneamente, ou um evento e o estúdio ao mesmo tempo), vinheta de plantão, letreiros, arte do mapa com foto do repórter correspondente via telefone, previsão do tempo, animações 3D e 2D, reconstituições de cenas, uniformes e roupas das equipes (quando estes aparecem no ar), ilustrações e descaracterização das imagens de testemunhas.

Estes elementos são diariamente apresentados aos telespectadores tornando-se marca registrada de muitos telejornais, sendo identificados pelo público no ato de sua apresentação, como é o caso da vinheta de Plantão da Rede Globo. Como dito anteriormente, no início o telejornalismo fez uso limitado dos elementos de cena, primeiro pela questão financeira, mas também pelo tempo de produção que esses elementos demandavam. No livro, *Historia comparada do telejornalismo*, Ruth Vianna (2003) conta que, no princípio todos os jornais de televisão tinham praticamente o mesmo formato: uma cortina no fundo com uma cartela no nome do programa ou do patrocinador, desde esse momento convencionou-se a chamar essa cartela de *selo* – nome usado até hoje.

Em telejornalismo, entende-se por *selo* como sendo a composição de elementos gráficos que fica ao fundo ou ao lado do apresentador, caracterizando o conteúdo da matéria. O *selo* é constituído por um conjunto de imagens com o objetivo de reforçar ou complementar o assunto que está sendo lido pelo apresentador. Alguns autores consideram que o *selo* ajuda a compreender e acompanhar a sequência de um determinado acontecimento, ao mesmo tempo em que fixa a identidade visual do telejornal. No artigo intitulado *Design e criação digital nos selos do Jornal Nacional*⁸⁰, Dóris Kosminsky, assim define o *selo*:

O *selo* pode representar uma ideia mais ou menos abstrata, ou seja, um tema genérico (p. ex. economia, remédios, educação etc.) sem necessariamente caracterizar uma qualidade desta representação (p. ex. problemas na educação). Pode também compor o significado de um tema ou evento específico (p. ex. flagrante de violência policial). (KOSMINSKY, 2003, p.3)

Mas voltado aos atuais, esses elementos que complementam o cenário e dividem espaço da bancada com os apresentadores, são componentes importantes da comunicação visual. Muitas vezes eles possuem cores contrastantes, sonoridades diferentes, informações adicionais em texto ou números. A pesquisadora Jaqueline Esther Schiavoni (2014), que investigou em sua tese de doutorado, *Vinheta Institucional: a vinheta de abertura do Jornal Nacional*⁸¹, diz que nesse processamento dos elementos videográficos, há uma mescla também de elementos do mundo natural, e esse conjunto interage com o logo do telejornal, criando uma sinergia perceptiva. Além do logo, aparecem diversos tipos de figuras discursivas: uma equipe, aparentemente em trabalho constante, computadores, telefones – componentes que incidem sobre o telespectador, inspirando sua confiança.

⁸⁰ Design e criação digital nos selos do Jornal Nacional - disponível em: http://cumincares.scix.net/data/works/att/sigradi2003_003.content.pdf Acessado em 05/10/15

⁸¹ Vinheta institucional - disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-30012015-101702/pt-br.php> Acessado em 05/10/15

Todo esse simulacro também confirma para o telespectador a promessa de vigilância do telejornal. Se esse efeito pode ser sentido pela presença de máquinas e profissionais trabalhando em busca da informação (...) observar o telejornal fazendo-se ao mesmo tempo em que é exibido, garante-nos o efeito de sentido de atualidade. Esse convite feito ao nosso olhar por meio do logotipo figura temas caros ao telejornalismo: intimidade, confiança, atualidade, competência jornalística – capazes de estabelecer com o telespectador contratos de veridicção e fidedignidade, necessários para conquistar sua adesão (SCHIAVONI, 2006, p. 45).

Dessa forma, o discurso imagético das vinhetas dos telejornais, que seguem o padrão difundido pela Globo como já mencionado, também colabora para o fortalecimento dos conceitos credibilidade, seriedade e apuração que esse tipo de programa pretende, ancorado também na edição, nas cores, na montagem e na linguagem televisual da vinheta. Existe na encenação uma mensagem específica a ser comunicada, e é justamente esta mensagem que interessa ao espectador. Não a forma como ela se apresenta, mas o que ela significa, e por isso, é importante que não se confunda a mensagem com a forma com que ela é representada. Roberto Gill Camargo (2000), em seu livro *Função Estética da Luz*, lembra que “uma coisa é representar (‘estar em lugar de’, ‘fazer o papel de’) (...) outra coisa é entender qual é a finalidade de tal representação em contextos mais amplos” (CAMARGO, 2000, p.49). Para Décio Pignatari (1984), o significado da mensagem dá-se nesses dois níveis: denotação mais conotação; sendo a que representação é primeiramente denotativa, indica a que se refere; e em seguida, é conotativa, estabelece relações através de associações de ideias, dotando o objeto de significado.

5.12. Vinhetas

No artigo, intitulado *Vinheta: uso e funções*⁸² novamente a pesquisadora Jaqueline Esther Schiavoni (2011), nos diz que vinheta significa “pequena vinha” a origem do termo, remonta às iluminuras contidas nas escrituras sagradas da Idade Média. Pois a vinha era utilizada em forma de desenho, para tornar mais acessíveis algumas das passagens bíblicas – o que não deixa de fazer alusão também a utilização da vinheta hoje, utilizada na mídia televisiva para identificar os variados programas dentro da grade de programação; e ainda de acordo com a pesquisadora, as primeiras vinhetas utilizadas eram, na verdade, imagens paradas, produzidas à mão sobre uma cartolina. O desenho e o nome da atração televisiva eram filmados e persistiam no ar pelo período de 10 a 40 minutos, enquanto eram feitos os ajustes de produção para o próximo programa entrar no ar.

Esse primeiro momento evidencia que a vinheta na televisão seria marcada por um viés publicitário, servindo de suporte para a apresentação de marcas e produtos. Evidentemente, muitos outros aspectos ligados à comunicação acabavam sendo embutidos nessa proposta: anunciar o nome da emissora ou dos programas, bem como os horários de veiculação da programação, era uma forma colocar o telespectador a par do que aconteceria na grade, e ao mesmo tempo, uma forma de segurar a audiência por mais tempo diante do aparelho. (SCHIAVONI, 2011, p.2)

⁸² Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/68162/70715>
Acessado em 26/10/15

O resultado desse processo é o que se conhece hoje por autorreferencialidade, um dos elementos formadores da estética da televisão, que nada mais é do que levar a marca da emissora, que se promove ou seus produtos, através do seu caráter metalinguístico; são classificadas em: vinhetas de abertura; vinhetas de passagem; vinhetas de encerramento e vinhetas institucionais. Sendo que, as vinhetas de abertura são videografismos, que marcam o início dos programas e os apresenta. São muitas vezes narrativas descritivas, ou mensagens que buscam efetivar a, já citada, ideia de promessa formulada por Josti (2006), com o telespectador. Em todos os casos, há sempre a apresentação do nome da atração. Já as vinhetas de passagem, como o nome indica, fazem a transição entre a veiculação do programa e os comerciais. Por isso, estão presentes em cada início e fim de intervalo; interessante observar que esse tipo de vinheta é sempre um recorte das de abertura, o que lhes imprime um caráter abreviado e menor tempo de exibição. As vinhetas de encerramento, por sua vez, marcam o término dos programas e podem apresentar os créditos finais, mas é cada vez mais comum as emissoras não fazerem uso delas e finalizarem as atrações com as imagens do programa como estúdio, auditório ou sala de redação.

Enquanto as vinhetas de abertura, passagem e encerramento giram em torno de produtos televisivos, a vinheta institucional traz a marca da emissora ou de alguma afiliada. Assim como as outras, podem ser visuais, sonoras ou audiovisuais e em cada uma dessas linguagens pode ser usada a autorreferencialidade. As imagens, por exemplo, podem fazer referência à emissora por meio de logotipos ou logomarcas; ruídos e músicas podem ser taticamente utilizados como elementos de identidade e, por sua persistência no ar, serem apontados pelo telespectador como pertencentes a um canal específico. É importante dizer que não aparecem de modo aleatório nos intervalos, mas seguem uma sistemática de apresentação que termina por servir como um aviso ao telespectador. Essa estratégia é levada ao ar repetidas vezes todos os dias, e o hábito faz que o telespectador pressinta (mesmo sem ter consciência da estratégia) que o intervalo terminará em breve. Schiavoni (2011) também identifica que essa estratégia para a “entrada” da programação é usada também para a “saída”, e que foi para tornar mais suave a transição entre as atrações e os comerciais que se criou na Rede Globo, a vinheta do “plim-plim”, no início da década de 70.

Ela interrompia a exibição de filmes e seriados, pedindo licença para uma palavrinha dos patrocinadores. A ideia, que veio do diretor José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, contemplava também o retorno do telespectador à tela. Ele desejava algo (...) que fizesse a família voltar rapidinho para a frente da TV. O artista Borjalo então desenhou o logotipo da vinheta e criou o ruído, que inicialmente era um “bip bip”, que representava a abertura e o fechamento do diafragma de uma máquina fotográfica. Com o tempo, a vinheta foi ganhando novas roupagens, especialmente com a entrada do designer Hans Donner na emissora, que alterou a logomarca da rede, e deu ao “bip bip” um som mais estridente, culminando no “plim plim” que se conhece hoje. (SCHIAVONI, 2011, p.15)

Mas o uso da vinheta não terminou nesse momento, no desenvolvimento de alguns programas, tais como as revistas eletrônicas, e telejornais; esses videografismos tem papel fundamental, pois são os responsáveis por marcar a organização dos assuntos abordados, fazendo a separação entre as seções. Quando um programa é composto por várias delas, cada uma dessas seções tem uma vinheta

própria, utilizada não só para apresentar o conteúdo que virá, mas também para indicar que houve uma mudança de assunto, e assim, não confundir o telespectador, sendo portanto, um componente formador de sua identidade.

6. JORNAL NACIONAL E RENATA VASCONCELLOS

O Jornal Nacional, também conhecido por JN, transmitido pela Rede Globo desde 1969, não é opinativo – no sentido literal da palavra, pois seus apresentadores não emitem opiniões próprias durante a exibição do telejornal, mas através das suas construções narrativas, podemos entendê-lo como tendencioso. De qualquer maneira, é o principal telejornal brasileiro. Exibido de segunda-feira a sábado às 20:30, é o telejornal mais assistido do país⁸³, e acumulou diversos prêmios ao longo de sua existência. Hoje é apresentado por Willian Bonner e Renata Vasconcellos, substituídos por outros jornalistas da Rede Globo, como apontado anteriormente, durante finais de semana, feriados ou férias dos âncoras oficiais.

Renata Vasconcellos é carioca, nascida em 1972 e “cria” da Rede Globo – a apresentadora começou e sedimentou sua carreira na emissora. Só que como atriz, antes de ser jornalista, ela trabalhava como modelo e fez figuração em novelas da Globo em ações de merchandising. Apareceu pela primeira vez na novela *A Próxima Vítima*, em 1995, quando tinha 23 anos, na época da gravação da novela, Renata Vasconcellos era estagiária de uma agência publicitária e cursava Publicidade e também Jornalismo na PUC-Rio. Chegou a fazer campanhas como modelo para Chanel e Coca-Cola, teria seguido no ramo não fosse um concurso que a selecionou para equipe pioneira da Globo News, sua estreia foi ao lado de Eduardo Grillo em 1996, ainda no início da carreira a apresentadora esteve presente em grandes coberturas e narrações em tempo real, como a vinda do Papa João Paulo II ao Brasil, em 1996 e a morte da princesa Diana, em 1997.

A primeira aparição fora da tv fechada foi numa reportagem ao Bom Dia Brasil, sobre uma exposição do estilista Yves Saint Laurent, posteriormente, foi convidada para apresentar o "Jornal Hoje" nos plantões de sábado e em 2000, produziu um quadro de serviços ao consumidor para o Fantástico. Renata substituiu Leilane Neubarth na bancada do "Bom Dia Brasil" ao lado de Renato Machado em 2002 e continuou fazendo aparições esporádicas produzindo a coluna "Coisas do Gênero", com matérias elaboradas para o público feminino, abordando assuntos como moda, comportamento e beleza; mas em setembro de 2011, com a mudança de Leilane Neubarth para a Globo News, passou a dividir a apresentação do telejornal em definitivo, primeiro com Renato Machado e depois com Chico Pinheiro.

A partir de 2005 Renata também passou a ser apresentadora substituta do Jornal Nacional, e durante as férias de Fátima Bernardes em janeiro de 2011, ancorou o telejornal ao vivo direto de Teresópolis, em razão da tragédia causada pelas chuvas na região serrana do Rio de Janeiro. A jornalista ganhou pela primeira vez o Prêmio Comunique-se em 2009, que venceu novamente em 2011 e em 2013 – na categoria *a melhor âncora de TV* (na premiação não há distinção entre gêneros, pode ser premiado tanto uma mulher como um homem).

Em 2013, a jornalista assumiu a apresentação do Fantástico, deixando a bancada do Bom Dia Brasil. Mas já em 2014 – foi chamada para substituir Patricia Poeta na bancada do JN, ancorando o telejornal ao lado de Willian Bonner, na época

⁸³ Disponível em: <http://jornalggn.com.br/noticia/os-telejornais-mais-assistidos-segundo-a-pesquisa-brasileira-de-midia-2013> Acessado em 15/06/15

comentou⁸⁴:

"Estar ao lado de William Bonner no Jornal Nacional é uma honra e uma alegria imensa. Todos esses anos na Globo News, no Bom Dia Brasil e, agora, no Fantástico me deram a certeza de que o telejornalismo é o que sei fazer. E poder exercê-lo no jornal mais importante da TV brasileira é algo que me traz muita responsabilidade. Conto com o apoio para honrar esse compromisso".

7. SBT BRASIL E RACHEL SHEHERAZADE

O SBT Brasil é apresentado por Joseval Peixoto, Carlos Nascimento e Rachel Sheherazade (que se revezam na bancada conforme o dia da semana), vai ao ar de segunda à sábado por volta das 19:45 – é um jornal opinativo, ou seja, é permitido ao âncora emitir opiniões. Com matérias que fazem o giro dos acontecimentos diários no Brasil e no mundo, nas matérias de encerramento predomina o tom ameno, com temas tendendo ao otimismo, e não raro, exaltando alguma produção da casa. No site oficial do SBT o programa SBT BRASIL é descrito dessa maneira:

Liberdade editorial e credibilidade, fatores para o exercício de um jornalismo claro e transparente, são os alicerces que formam o compromisso do SBT com a notícia e a análise profunda dos fatos. Desde 15 de agosto de 2005, SBT Brasil reúne uma equipe de profissionais dos mais capacitados do telejornalismo nacional, correspondentes internacionais e tecnologia avançada para levar até o lar dos brasileiros as principais notícias do país e do mundo. As principais matérias apresentadas no dia são acompanhadas de informações complementares para o telespectador. O telejornal procura sempre dar uma abordagem comportamental e de serviço, mostrando como aquilo afeta o cidadão.⁸⁵

Rachel Sheherazade é jornalista e radialista, nascida em 1973 – formada em Comunicação Social pela UFPB (Universidade Federal da Paraíba), atuou como repórter de afiliadas das redes Record e Globo no Estado. Foi âncora e comentarista em programas na afiliada do SBT, atuou como assessora de imprensa do Tribunal de Justiça da Paraíba, repórter correspondente da TV Justiça e atualmente ancora o telejornal SBT BRASIL, no SBT. Não podemos deixar de citar a polêmica que envolveu seu nome em fevereiro de 2014. A jornalista fez um comentário infeliz sobre a punição de um suposto ladrão, que fora acorrentado pelo pescoço num poste por um cadeado de bicicleta – ela disse que entendia a revolta das pessoas que tomavam esse tipo de atitude. Por conta do que disse, ocorreram debates acalorados sobre a ética no Jornalismo nas redes sociais e também nas mídias “convencionais”, além disso ela teve seu posto de âncora questionado – dado o barulho das repercussões, a emissora se pronunciou:

Em razão do atual cenário criado recentemente em torno de nossa apresentadora Rachel Sheherazade, o SBT decidiu que os comentários em seus telejornais serão feitos unicamente pelo Jornalismo da emissora em forma de Editorial. Essa medida tem como objetivo preservar nossos

⁸⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/09/patricia-poeta-vai-deixar-o-jn-renata-vasconcelos-assume-bancada.html> Acessado em 15/11/14

⁸⁵ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/> Acessado em 15/06/15

apresentadores Rachel Sheherazade e Joseval Peixoto, que continuam no comando do SBT Brasil.⁸⁶

Após o episódio, manifestações de opiniões por parte dos dois âncoras se tornaram menos frequentes e normalmente ocorrem dentro de um momento específico – como um editorial, por exemplo.

8. JORNAL DA BAND E PALOMA TOCCI

O Jornal da Band é um telejornal opinativo, transmitido pela Rede Bandeirantes desde a fundação da emissora em 1967, sob o comando de José Paulo de Andrade – quando ainda se chamava Jornal Bandeirantes. Transmitido de segunda à sábado, ao longo de sua existência variou bastante de horário de exibição, mas sempre ocupou a faixa entre 18h e 21h. Em sua bancada já passaram nomes como Vicente Leporace, Salomao Esper, Joemir Beting, Belisa Ribeiro, Marília Gabriela, Chico Pinheiro, Carla Vilhena, Paulo Henrique Amorim e Bóris Casoy – atualmente, tem como apresentadores Ricardo Boechat e Paloma Tocci.

Paloma Tocci nasceu em 1982, é paulistana e jornalista formada pela Faculdades Integradas Alcântara Machado (FIAM), começou sua carreira como estagiária na Band, se destacando na área esportiva. Trabalhou nos programas Jogo Aberto, Deu Olé, Band Esporte Clube e Café com Jornal e cobriu os Jogos Pan-Americanos no Rio de Janeiro em 2007, as Olimpíadas de Pequim em 2008 e a Copa das Confederações na África do Sul 2009. Após uma passagem pela Rede Tv! de 2010 a 2012, retornou à Band onde continuou na área esportiva, cobrindo a Copa no Brasil de 2014. Em janeiro de 2015 passou a apresentar o Jornal da Band ao lado de Ricardo Boechat, num primeiro momento como substituta na licença maternidade da jornalista Ticiania Villas Boas, e depois em definitivo com a saída de da antiga âncora para o SBT.

Através da pesquisa, percebeu-se que o Jornal da Band tem uma estrutura técnica mais simples do que os outros telejornais analisados anteriormente, não há arte no fundo das notícias e nem jogo de câmeras e os apresentadores aparecem juntos na bancada em plano geral apenas nas aberturas e encerramentos de blocos, e também na despedida – de uma maneira geral o corte é: plano aberto nos dois, câmeras laterais em plano médio ou close em cada apresentador, quase não há interatividade entre eles, exceto quando Boechat pergunta alguma coisa para Paloma, mas troca de olhares entre eles não foi observada. O cenário da apresentação é quase uma extensão da redação do jornal, notou-se também que as matérias são mais longas e as artes inseridas como complementos às informações dadas, mas dentro das matérias.

9. ANALISE DO CORPUS

Os telejornalismos selecionados, bem como suas apresentadoras enquanto imagem, serão analisados essencialmente, como objetos dinâmicos neles representados. Analisando e cruzando os aspectos gestuais, comportamentais, sonoros, visuais (maquiagem, figurino, postura) das apresentadoras; dentro do território factual onde se desenrolam as notícias, como um todo de significação em que um acontecimento sempre está relacionado a outro, aparentemente independentes,

⁸⁶ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/> Acessado em 14/04/2014

mas sempre interagindo entre si através da figura do apresentador. Como dito, o corpus para as análises individuais e dos telejornais serão 02 edições de cada telejornal

- Jornal Nacional 03/08/15 e 04/08/15, sendo o primeiro dia o programa em que Renata Vasconcellos apresentou com Heraldo Pereira; e o segundo apresentado junto com Willian Bonner
- SBT Brasil 11/08/15 e 14/09/15 sendo o primeiro dia o programa em que Raquel Sheherazade apresentou com Joseval Peixoto; e o segundo apresentado junto com Carlos Nascimento
- Jornal da Band 21/08/15 e 13/10/2105 sendo o primeiro dia o programa em que Paloma Tocci apresentou com Fábio Pannunzio; e o segundo apresentado junto com Ricardo Boechat

Como dito ao longo da pesquisa, para aplicar a semiótica de Peirce nesse cenário jornalístico é necessário, segundo Santaella (2005, p.6), ter conhecimentos prévios de teorias mais específicas, que tratem da sintaxe imagética e sonora, houve uma tentativa nesse sentido. Mas sempre tendo em vista que a teoria peirceana relaciona logicamente diferentes aspectos sógnicos, mas não possui a especificidade de ser um instrumento de análise textual; sendo sua teoria mais um meio de perceber a semiose, como geração de signos nos elementos a serem analisados, do que propriamente um instrumento de análise. A produção de novos signos na semiótica é chamada como signos interpretantes, e como visto não há signo novo que não traga algo de um signo já existente, e esses signos nascem sempre de outros signos já existentes e se projetam teleologicamente para a produção de novos signos. Como passo inicial para analisar essa série de signos do ponto de vista semiótico é necessário fazer uma análise fenomenológica dos mesmos: contemplar, discriminar e generalizar os signos dados, em correspondência com as características de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade da Teoria Semiótica de Peirce.

Aplicando os conceitos peirceanos poderemos enxergar os signos e a semiose que produzem o efeito de sentido na dinâmica telejornalística e as diferentes interpretações que podem acontecer, tendo em vista que milhões de espectadores acompanham diariamente os 03 telejornais, cada qual com sua pragmática e ideologia própria, que não será foco da análise – mas que se precisa sublinhar como existente. Esta análise semiótica pretende entender que elementos possibilitam a compreensão da existência de uma diferença no tratamento entre homens e mulheres que apresentam os telejornais, através da mensagem textual, imagética e sonora imanentes. Compreende-se como interpretante o efeito que o signo pode gerar em uma mente no processo da semiose, sobre estes interpretantes, Peirce afirma que:

O primeiro efeito significado de um signo é o sentimento por ele provocado. Na maior parte das vezes, existe um sentimento que interpretamos como prova de que compreendemos o efeito específico de um signo, embora a base da verdade neste caso seja frequentemente muito leve. Este “Interpretante emocional”, como o denomino, pode importar em algo mais do que o sentimento de reconhecimento; e, em alguns casos, é o único efeito significado que o signo produz (...) Se um signo produz ainda algum efeito desejado, fá-lo-á através da mediação de um interpretante

emocional, e tal efeito envolverá sempre um esforço. Denomino-o “Interpretante energético”. O esforço pode ser muscular (...), mas é usualmente um exercer do mundo interior, um esforço mental. Não pode ser nunca o significado de um conceito intelectual, uma vez que é um ato singular (...) Vou denomina-lo “interpretante lógico”. (...) Devemos dizer que este efeito pode ser um pensamento, o que quer dizer, um signo mental? Sem dúvida pode sê-lo; só que se esse signo for de natureza intelectual (...) tem de possuir um interpretante lógico; de forma que possa ser o derradeiro interpretante lógico do conceito. Pode provar-se que o único efeito mental, que pode ser assim produzido e que não é um signo, mas é de aplicação geral, é uma mudança de hábito; entendendo por mudança de hábito uma modificação nas tendências de uma pessoa para a ação, que resulta de exercícios prévios da vontade ou dos atos, ou de um complexo de ambas as coisas (PEIRCE, 5.475 – 76)

Com isso, procura-se situar as apresentadoras enquanto signo observando-as em seu fundamento, objetos e interpretantes a fim de trazer uma ideia geral sobre esse tipo de signo. Levando em consideração que estas explanações tentaram elucidar o signo *apresentadoras de telejornal* de uma maneira geral e não somente o corpus da pesquisa, partiremos agora para as considerações específicas dos objetos que compõem este estudo.

9.1. Análise do Jornal Nacional – 03/08/15

Renata Vasconcellos apresentou o JN com Heraldo e não com Willian.

Figurino – blazer com corte masculino, cinza claro, saia lápis na altura do joelho, sapato de salto médio, nude

Cabelo – solto, mas sem volume

Maquiagem – leve, imperceptível

Acessórios – brinco pérola, aliança, esmalte claro

Matérias do dia na ordem que foram ao ar

1. PF prende José Dirceu e mais 7 pessoas em nova fase da Lava Jato

Notícia de abertura apresentada por Renata, o telejornal começa com os dois apresentadores enquadrados no plano geral, há um movimento de grua⁸⁷ em zoom in e as luzes de fundo que eram azuis num primeiro quadro, gradativamente de transformam em vermelhas, movimento continua até fechar em plano médio de Renata – ainda vemos a redação do JN ao fundo, corta para a câmera da esquerda, close em Renata ainda com fundo vermelho – mas já sem a redação, a apresentadora chama matéria. Volta da matéria close em Renata, o fundo volta a ser azul, a apresentadora dá os desdobramentos dos fatos e começa um corte “ping-pong” entre as câmeras de Renata e Heraldo, apresentadores em close, a ultima fala é de Renata.

⁸⁷ Grua – haste longa com suporte para a câmera em sua extremidade. Geralmente os pés do suporte da grua possuem rodízios, para facilitar sua movimentação, sobre trilhos ou não. Existem gruas com várias dimensões e em algumas delas a lança pode atingir vários metros de comprimento. Além disso, diferem em sua construção quanto ao peso máximo da câmera que podem suportar, desde as menores, para câmeras pequenas, até as que levam além da câmera, também seu operador, instalado em uma plataforma com um assento atrás da mesma - empregadas em grandes produções de cinema e TV.

Disponível em: <http://www.fazendovideo.com.br/vtsup.asp>

Acessado em 12/10/15

Na abertura Renata olha para Heraldo enquanto dá sua fala e não gesticula, tom de voz de ambos é grave e solene.

Plano de abertura



Planos subsequentes, entre o quadro 07 e 08 a matéria foi exibida:



2. Prisão de José Dirceu tem grande repercussão em Brasília

Heraldo em plano fechado, com mesmo fundo vermelho na primeira notícia, chama matéria, volta da matéria com close em Renata, ela dá o texto e se levanta da bancada – nesse momento pode-se observar o figurino completo da apresentadora, movimento de grua em zoom in – plano geral passando por plano médio e parando em plano de conjunto (enquadramento dos joelhos à cabeça mais o telão interativo com o repórter enquadrado em plano médio), enquanto Renata caminha a câmera a acompanha, a apresentadora para, corte para close em Renata, que faz a pergunta, corta para plano médio do repórter, após sua fala, volta plano de conjunto, Renata agradece o repórter.

A voz de Renata é firme, assim como seus gestos – a apresentadora segura um papel nas mãos e uma caneta, e os utiliza para marcar os movimentos de mão – que são poucos, mas firmes.



3. Engenheiro da Petrobras preso na Lava Jato chega a sede da PF

Renata ainda em pé, enquadrada em plano médio, anuncia que de Brasília vão para Curitiba de onde fala ao vivo um repórter, corta para o mesmo plano de conjunto da notícia anterior, corta para repórter em plano médio. Após texto do repórter e matéria, volta para Renata no mesmo plano de conjunto anterior, Renata agradece o repórter, corta para close da apresentadora chamando Heraldo.

A voz de Renata é firme, assim como seus gestos – a apresentadora segura um papel nas mãos e uma caneta, e os utiliza para marcar os movimentos de mão – que são poucos, mas firmes, a diferença aqui é que houve um leve balançar de corpo no



primeiro quadro, quando ela diz “vamos agora para Curitiba”, a sensação é de incerteza, como se o repórter do outro lado ainda não estivesse “a postos” para fazer sua entrada e a apresentadora tivesse então que “enrolar” a audiência, isso ficou perceptível na imagem através de sua movimentação incerta.

4. MPF diz que José Dirceu foi o instituidor do esquema na Petrobras

Heraldo em plano médio – câmera da esquerda, chama a matéria da repórter Camila Bonfim, volta para Renata que já está na bancada, também em plano médio – câmera da direita, entram imagens de arquivo com off da mesma repórter, Camila Bonfim. O tom de voz é grave e os gestos são comedidos, em ambos.



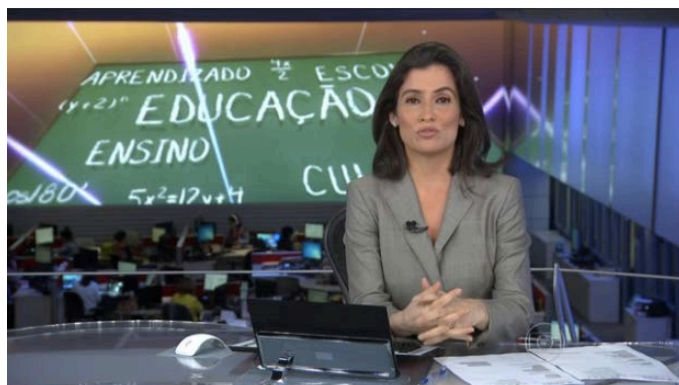
5. Paralisação de servidores reduz o número de policiais nas ruas do RS

Renata anuncia, mas o enquadramento é geral nos dois apresentadores mais a redação ao fundo, a apresentadora olha por duas vezes para Heraldo enquanto fala o texto, depois ele assume, sem corte de câmera, Renata olha para o apresentador, Heraldo chama a matéria. Na volta, Heraldo está em pé, enquadrado em plano americano, movimento de zoom in até parar em plano médio, corte para plano geral, Heraldo caminha até o telão interativo, câmera acompanha em movimento de panorâmica e para em plano de conjunto, Heraldo cumprimenta a repórter, corta plano médio da repórter que dá últimas notícias sobre o caso, corta para Heraldo em plano de conjunto, se despede da repórter, corte para close Heraldo chamando Renata. O tom de voz é grave e os gestos são comedidos, em ambos.



6. Começam as novas inscrições para o programa de Financiamento Estudantil

Renata enquadrada em plano médio em todo o texto, fundo com arte de quadro verde, com escritos em giz – a arte não cobre a redação, tom é ameno e movimentos das mãos são suaves. Entra matéria da repórter Claudia Bomtempo.



7. Mulheres depois dos 60 anos enfartam tanto quanto os homens

Heraldo anuncia notícia e é enquadrado em dois planos, primeiro médio, com arte (uma representação de DNA em verde) ao fundo mais redação e depois em close, o tom de voz é preocupado, chamando atenção.



8. Bradesco compra a filial brasileira do banco HSBC

Heraldo enquadrado em plano médio, apenas informações verbais e em texto na arte. Tom de voz é grave, movimentos sutis, mas bem marcados com as mãos.



9. Balança comercial fecha com superávit de US\$ 2,37 bilhões em julho

Renata enquadrado em plano médio, apenas informações verbais e em texto na arte. Tom de voz é suave, movimentos marcados com as mãos.



10. Justiça britânica determina que Maluf devolva R\$ 80 mi para prefeitura de SP

Heraldo em close, não há arte, fundo azul e não vemos a redação, só há informação verbal, tom de voz é sério, não vemos as mãos.



11. Motoristas e cobradores de ônibus realizam greve no Recife (PE)

Renata em plano médio, sem arte. Surgem imagens enquanto a apresentadora fala em off, não há BG de ambiente nas imagens, tom de voz é sério.



12. MST faz manifestações em várias cidades contra cortes no orçamento

Heraldo em pé, enquadramento plano médio, sem arte, apenas o logo do JN com redação ao fundo, surgem imagens enquanto o apresentador segue em off, não há BG nas imagens, tom de voz sério.



13. Obama anuncia plano ambicioso para combater o aquecimento global

Heraldo e Renata em plano geral, o apresentador dá o texto em tom sério, enquanto Renata olha pra ele concordando com a cabeça, arte com mapa e bandeira dos EUA com a redação ao fundo o texto acaba e Renata chama a matéria em tom mais ameno, juntando as mãos.



14. Incêndio na Califórnia fica fora de controle e tira 12 mil pessoas de casa

Renata fala o texto, enquadramento em plano geral, mesma arte da matéria passada, tom de voz preocupado, mãos entrelaçadas, surgem imagens dos incêndios enquanto a apresentadora segue em off, aqui também não há BG.



15. Incêndio em lixão de Lambari cobre a cidade de fumaça

Heraldo em plano médio, sem arte, logo do JN ao fundo mais a redação, o tom de voz grave imagens surgem enquanto o apresentador segue em off, aqui há BG nas imagens do incêndio.



16. Previsão do tempo – terça-feira será de tempo firme em todo Brasil

Renata em pé, plano médio, tom feliz, chama apresentadora do tempo Eliana Marques, para plano de conjunto (primeiro em médio, depois em americano) em zoom in, com Renata em lateral. Conversa entre as duas apresentadoras, corte para Eliana em plano geral – a apresentadora usa calça preta e blusa branca, com detalhes também em branco na gola, sem acessórios, cabelo solto, liso, mas também sem volume, detalhe para sandálias de salto alto abertas e esmalte do pé vermelho. Após previsão volta para Renata em plano de conjunto se despedindo de Eliana, corta para plano médio chamando Heraldo.



17. Ponte Preta demite o técnico Guto Ferreira

Heraldo em tom ameno de voz, enquadramento começa no geral e termina em close, em zoom in no primeiro plano vemos logo do JNe redacao ao fundo, no ultimo plano só a cor azul ao fundo.



18. Tradição no balé ajuda a Rússia a ser referência na ginástica

Heraldo começa o texto Plano geral mais aberto, fechando levemente em zoom in, Renata ajeita o cabelo e toma a palavra, chamando a matéria da serie especial sobre Olimpíadas – que diferentemente das outras apresentadas é marcada por um fade out e fade in e tem trilha sonora de musica clássica na abertura, o tratamento das imagens também é melhor acabado do que as outras matérias apresentadas na edição do jornal.



9.2. Análise do Jornal Nacional – 04/08/15

Renata Vasconcellos volta a apresentar o JN com Willian Bonner
Figurino – blazer com corte masculino, mas sem ombreiras, branco
Cabelo – solto, com volume nas laterais e com um topete
Maquiagem – leve, mas perceptível: olhos marcados com delineador, blush nas maçãs do rosto e batom
Acessórios – brinco metálico – três pequenas argolas alinhadas, aliança, esmalte claro

Matérias do dia na ordem que foram ao ar

1. José Dirceu é transferido de Brasília para a Polícia Federal em Curitiba

Não há plano de abertura com os dois apresentadores, o programa começa com Willian enquadrado em plano médio, olhando para câmera lateral esquerda e arte padrão sobre a operação Lava-Jato, utilizada em outras edições do telejornal – vemos a redação, não gesticula e o tom de voz é firme, chama matéria.



2. Novas regras do Fies frustram os sonhos de muitos brasileiros

Vemos Renata pela primeira vez após escalada, os apresentadores estão em plano geral, movimento de grua em zoom in na direção de Willian, Renata olha para Bonner e só se volta para câmera quando esta quase saindo de quadro, arte de educação, vemos a redação. Gestos marcados com as mãos e tom de voz firme. Chama matéria.



3. Policial algema menino em escola dos Estados Unidos e choca o mundo

Plano médio em Renata na câmera frontal, arte com a bandeira dos EUA ao fundo, vemos a redação – mãos apoiadas na bancada, tom de voz preocupado. Chama matéria.



4. Produção da indústria tem o pior semestre em seis anos

Plano médio em Renata na câmera da direita, tom de voz firme, mas com uma leve preocupação – gestos em contagem com as mãos. Arte com os dados escritos do que ela fala na arte, vemos a redação. Não há matéria, nem off.



5. Dólar sobe pelo 4º dia seguido

Plano médio em Bonner na câmera da esquerda, tom de voz firme, leve modulada indicando preocupação – gestos marcados com as mãos. Arte com os dados escritos do que ele fala na arte, vemos a redação. Não há matéria, nem off.



6. Produtores compram estoque de leite e doam em protesto no Reino Unido

Close em Renata na câmera da direita, movimento de grua com zoom out, a medida que a câmera abre o plano, vemos a arte com o mapa e a bandeira do Reino Unido. Tom de voz serio, movimentos marcados com as mãos.



7. Previsão do tempo

Plano geral na câmera da esquerda, Bonner se levanta e chama Renata, que o observa ate sair de quadro. A câmera acompanha o movimento e para em plano de conjunto com Bonner e Eliana Marques no telão, corta para plano médio no apresentador, corta para Eliana em plano geral, que veste vestido preto na altura do joelho e salto alto agulha, sem acessórios, apenas um recorte diferente no decote. Apos apresentação, plano de conjunto, Bonner agradece, corta para plano médio chama Renata. Tom de voz é animado, movimentos suaves com as mãos que carregam um papel.



8. Dor nas costas é o principal motivo de afastamentos do trabalho no Brasil

Câmera geral nos apresentadores, Renata dá notícia, Bonner a observa e ela responde ao olhar. Corte para câmera da direita em plano médio, chama matéria. Tom de voz é preocupado e movimentos com as mãos são suaves, com exceção do ultimo que é marcado e forte.



9. Restaurantes capixabas contornam a proibição de botar saleiro nas mesas

Plano médio em Bonner, que dá a notícia, corta para plano geral na câmera da esquerda, Renata o observa o tempo todo, ele corresponde o olhar rapidamente, o apresentador chama matéria, gestos suaves e tom jocoso.



10. Conheça em Betim (MG) um dos projetos sociais do Criança Esperança

Plano médio em Renata, que dá a notícia, corta para plano geral na câmera da direita, Renata chama matéria, gestos suaves e tom feliz. Bonner olha para o computador e para a câmera.



11. Denúncia é aceita contra 11 pessoas pelo desabamento de viaduto em BH

Os apresentadores estão em plano geral na câmera da esquerda, movimento de grua em zoom in na direção de Willian, Renata olha para Bonner e só se volta para câmera quando esta quase saindo de quadro, logo do jornal, vemos a redação. Gestos marcados com as mãos e tom de voz firme. Chama matéria.



12. Policiais apelam para o ‘olhômetro’ para fiscalizar carga no Mato Grosso

Renata começa o texto em plano médio, na câmera central, arte de rodovia vai se formando atrás dela, vemos a redação, corta para câmera da esquerda em plano geral, movimento de grua em zoom in, Bonner segue o texto, corta para close no apresentador, não vemos mais a arte, nem a redação – tom de voz é sério em ambos e não há movimento com as mãos.



13. Pré-candidato à presidência dos EUA assa bacon em metralhadora

Plano médio em Bonner, com a câmera central, arte com a bandeira dos EUA ao fundo, vemos a redação, chama matéria, que tem off do apresentador no final. Tom de voz irônico e não há gestos com as mãos – mas um frisar de sobrancelhas.



14. Pesquisa conclui que brasileiros sabem comprar melhor que governos

Plano médio em Bonner com a câmera central, corta para plano geral na câmera da direita, movimento de grua em zoom in na direção de Renata que segue o texto, entra arte de economia – Willian olha para Renata até sair de quadro, vemos a redação. A

câmera para em plano médio, gestos marcados com as mãos e tom de voz firme. Chama matéria.



15. Prefeito e primeira-dama de Matrinchã, em Goiás, são assassinados

Close em Renata na câmera central, não vemos a redação, não há arte e nem logo – azul predomina a imagem, tom de voz grave.



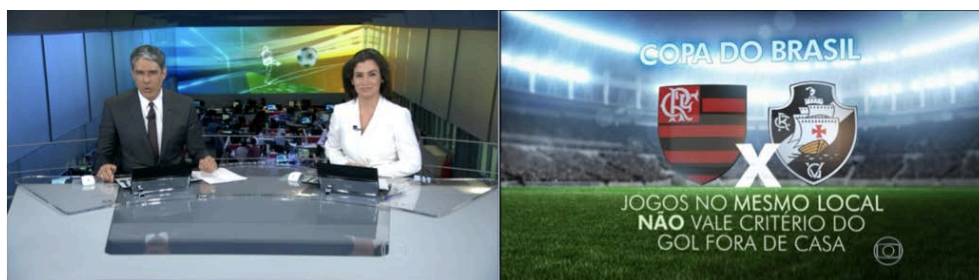
16. Integrantes da CPI do Futebol querem ir à Suíça ouvir Marin, que está preso

Bonner em plano médio na câmera central, arte com notas e bola de futebol, tom de voz é grave, não há gestos com as mãos e não há matéria.



17. Copa do Brasil terá dois clássicos nas oitavas de final

Plano geral nos apresentadores na câmera central, Bonner dá o texto, arte de bola ao fundo, vemos a redação. Renata olha para a câmera o tempo todo, outra arte surge na tela inteira com o texto dito pelo apresentador em off. Tom de voz animado.



18. Lutadora Ronda Rousey vista Rocinha e doa cinturão no Rio

Renata dá a notícia, plano geral na câmera central, tom de voz suave, não arte, somente o logo do jornal, também não há gestos com as mãos. Chama matéria.



19. Presidente do COI está no Rio para eventos que marcam a data de um ano para os jogos

Plano médio em Bonner, que dá a notícia, logo das Olimpíadas no Rio de Janeiro ao fundo, vemos a redação, não há gestos com as mãos, chama matéria. Tom de voz neutro.



20. Genética e currículo escolar fazem a Jamaica ser um sucesso no atletismo

Renata em close, movimento de grua em zoom out, arte de forma atrás dela, vemos a redação a medida que o enquadramento abre. Mãos justapostas em movimento de abrir e fechar, tom de voz e feições suaves. Essa é a única matéria do jornal que entra com trilha sonora.



Não será citado em nenhum dos telejornais analisados abertura, escalada e encerramento, pois foram colocados de maneira separada às análises dos dias específicos, pois entende-se esses elementos especificamente como parte do ritual do telejornal. Assim como as vinhetas que chamam e retornam dos comerciais, dedicados à passagem de uma etapa para outra, funcionam de maneira similar como uma instrução normativa, um manual de procedimento que vai conectar ou desconectar o telespectador do programa.

Voltando ao JN, é importante pontuar o uso da cor azul que pode representar, como dito anteriormente, sensação de sobriedade e sofisticação, muito embora o vermelho tenham sido utilizados para abrir a primeira notícia do programa,

mas segundo Guimarães (2003), o azul e o vermelho como cores culturalmente opostas, onde o azul representa, em muitos casos – em especial no jornalismo, o universo masculino e o vermelho o universo feminino. A cor vermelha é capaz de significar muitas coisas: força, energia, movimento, coragem, esplendor, intensidade, paixão, vulgaridade, poderio, vigor, glória, excitação, emoção, ação, agressividade, extroversão e sensualidade, dependendo do contexto em que está inserida, entendo que no dia foi utilizada para dar ideia de alerta. O verde, em dois momentos específicos, falando de educação e saúde, mas o predomínio foi da cor azul.

A partir desta primeira análise podemos concluir que é no JN é dado o mesmo tratamento textual ao homem e à mulher que ocupam a bancada, há equilíbrio nesse aspecto pois ambos dividiram bem as pautas de amenidades e assuntos mais sérios. No entanto, é preciso compreender que Renata ocupa esse papel à medida que cumpre certos requisitos previamente combinados:

- A apresentadora é bela e jovem, os apresentadores não necessariamente
- Sua fala é firme, mas pontuada por passagens suaves, quase ternas – os apresentadores raramente suavizam o tom de voz, conseguem no máximo, uma entonação preocupada
- Renata constantemente dá apoio visual ao companheiro de bancada, ora balançando a cabeça em concordância, ora trocando com ele olhares de aprovação, o homem olha algumas vezes para a apresentadora enquanto ela fala, mas não dá qualquer sinal de aprovação
- Mesmo na vestimenta visualmente masculinizada da apresentadora, pontos de feminilidade aparecem, seja num brinco delicado de pérola ou no arrumar discreto dos cabelos antes da matéria de encerramento, Renata permeia em momentos específicos do telejornal uma delicadeza “inerente” ao feminino
- Ela tem encontrado pontos de fuga através da introdução de elementos que sinalizam o seu papel de mulher, de feminilidade mas ainda assim, mantem o ar de credibilidade e de seriedade buscado pelo gênero. Essa variação não é identificada no homem que perpetua através da repetição cotidiana o modelo ideal do homem.

O que se pode intuir é que para mulher receber o mesmo espaço e tratamento que o homem, ela deve ter essas características citadas: juventude, beleza, inteligência, mas mais importante manter a subserviência no olhar e nos gestos.

No primeiro dia de análise 03/08/2015, por se tratar de um programa com pautas tão complexas e singulares, e também por nesse telejornal especificamente, a apresentadora estar sem o seu par usual; podemos visualizar e separar seu comportamento em duas maneiras: ela estaria numa postura de segurança maior, pois já conhece os rituais e rotinas do programa, e por isso mesmo foi dado a ela pautas mais com assuntos mais pesados nesse dia, e ainda, pode-se entender que através de seu comportamento terno para com o colega que não apresenta o programa todos os dias, estaria “fazendo a sala” por assim dizer, para o visitante, o autorizando e apoiando seu momento como apresentador, na maneira como concordava

gestualmente com o que ele dizia. São duas posturas importantes e que estão relacionadas, e que serão debatidas no decorrer da análise.

Na noite seguinte, de 04/08/15 em que Renata estava acompanhada de seu parceiro oficial, Willian Bonner; não foi percebido uma postura de afirmação ao colega tão proeminente quanto na noite anterior, mas também não se notou em Renata a mesma postura firme e enfática nas matérias mais importantes da noite, que foram anunciadas na maioria por Bonner. No entanto, notou-se um tom ameno e conciliador na apresentadora de uma maneira geral, e uma contemplação maior em relação ao colega de bancada Willian Bonner – mas sem afirmação, em vários momentos ela era solicitada verbalmente para prestar atenção em algum detalhe dado por ele, e ficada na posição de ouvinte – como uma estudante que aprende com o professor.

Baseado no que diz o estudioso Fraçois Jost (2006) em seu modelo de promessa, o JN aparentemente cumpre sua função de informar – pois é esse seu objetivo inicial. Como dito, de acordo o autor, esse modelo de promessa se funda em três proposições: primeira, a de que o gênero é uma moeda de troca que circula as produções televisuais no mundo midiático; segundo, que todo programa é um objeto semiótico complexo; e por ultimo, o gênero é uma construção por exemplificação de algumas propriedades das produções audiovisuais, é o enunciador que irá definir qual a promessa a ser feita ao telespectador. Ainda para ele, os gêneros não são objetos estáticos e estáveis, nem entidades sem histórias, sua estruturação está sempre em movimento. No momento da comunicação midiática, é impossível atribuir aos sentidos de um texto uma única interpretação. Diante das promessas feitas, as utilizações de um produto cultural são variadas e cada um dos envolvidos no processo tira prazer ou informação de uma maneira particular – e como o foco da análise é a projeção do comportamento feminino dentro do formato, podemos intuir que se a mulher tem um papel secundário dentro dele, no que tange seus gestos, posturas e tom de voz, a mensagem passada ao receptor tende a ser essa, mesmo que a mulher tenha o mesmo espaço argumentativo que o homem, seu espaço é ocupado através de uma proxêmica e cinésia que a subjugam.

9.3. Análise do Jornal SBT Brasil – 11/08/15

Raquel Sheherazade apresentou o telejornal com seu companheiro usual de bancada, Joseval Peixoto.

Figurino – blazer com corte feminino, mas com ombreiras altas, branco

Cabelo – solto, sem volume, mas escovado para que as pontas ficassem viradas para fora, alinhadas frente aos ombros.

Maquiagem – perceptível: batom, blush nas maçãs do rosto e olhos marcados

Acessórios – brinco dourado de argola médio, aliança, esmalte claro

Matérias do dia na ordem que foram ao ar:

1. Rival do traficante Playboy é preso no Rio de Janeiro

Matéria de abertura apresentada por Joseval e Sheherazade, plano geral ao medio, com zoom in, nos dois apresentadores. Antes de assumir o texto começado pelo colega, a jornalista olha Joseval que retribui o olhar rapidamente, não há gestos com as mãos e o tom de voz é firme em ambos. Chama materia.



2. RJ: Falta de segurança diminui tempo dos alunos na sala de aula

Plano médio em Joseval, câmera central aa rte mostra uma favela em que as cores são saturadas em variações de azul, chama matéria, tom de voz grave e não há gestos com as mãos.



3. Ruas de São Paulo também passarão por redução de velocidade

Novamente plano médio com câmera central em Raquel, não há arte, apenas uma parte do cenário recortada onde predomina a cor azul, chama matéria.



4. Dilma elogia propostas de Renan Calheiros para ajudar o governo

Os dois apresentadores são enquadrados em plano geral, Raquel olha para o colega o tempo todo enquanto ele dá seu texto, quando a jornalista assume, Joseval olha rapidamente para a jornalista e volta o olhar para a câmera



5. Cunha reage à aproximação entre governo e senado

Sheherazade chama link ao vivo de Brasília, a tela é dividida ao meio desde a entrada da notícia, a apresentadora continua em tela até o repórter Kennedy Alencar começar a falar, na volta Joseval assume o texto, mesmo enquadramento, mesma divisão na tela, chamou atenção o fato dele estar do mesmo lado ocupado anteriormente por Rachel.



6. SP: Traficantes são soltos e determinação será investigada

Raquel começa o texto da notícia, Joseval assume sem olhar para a jornalista, ela se vira para o colega e permanece assim quase até o final do texto, o jornalista chama a matéria. Na volta close em Sheherazade que complementa o que foi dito.



7. Idoso é atropelado durante racha em São Paulo

Close em Sheherazade com câmera central, não há arte, apenas uma parte do cenário recortada onde predomina a cor azul, chama matéria.



8. SP: Taxistas envolvidos em agressões podem ter alvará cassado

Plano médio em Joseval com câmera central, arte no fundo, com predominância na cor azul, chama matéria.



9. Governo do RS dá calote na União para colocar salários em dia

Close em Joseval com câmera central, não há arte no fundo, predominância na cor azul, chama matéria.



10. Zimbábue permite caça controlada um mês após morte do leão Cecil

Plano médio em Sheherazade com câmera central, arte no fundo, com predominância na cor azul, chama matéria.



11. Jovem brasileira que fez o Papa rir volta para casa

Plano geral nos dois apresentadores, em movimento de zoom in até plano médio, o texto começa com Joseval e passa para Raquel que na passagem olha para o jornalista, corta para uma câmera lateral plongée, vemos o apresentador Bruno Vicari do esporte dentro do estúdio, close em Raquel que pergunta sobre a rodada do campeonato brasileiro, volta para Bruno em plano americano. Arte o tempo todo ao fundo, com predominância da cor azul.



12. Previsão do tempo

Previsão do tempo no SBT Brasil entra como um quadro à parte, não há chamada, mas sim, vinheta – e a jornalista do tempo não fala com os apresentadores, também não há deslocamento dela pelo mapa, tudo é feito por computação gráfica. Neste dia, Carolina dias estava com uma camisa de corte masculino, mas com tecido e cor femininos: cetim e rosa, não vemos suas pernas, pois é enquadrada em plano americano e cenário é feito com uma arte de jardim.



13. Feira reúne tecnologia e soluções sustentáveis

Plano geral nos dois apresentadores, Joseval começa o texto e Raquel continua, a apresentadora só deixa de olhar para o colega após assumir o texto, observada pelo jornalista, chama matéria.



9.4. Análise do Jornal SBT Brasil – 14/09/15

Raquel Sheherazade apresentou o telejornal com Carlos Nascimento.

Figurino – blusa feminina, com recortes, laterais e frontal e aplicação de renda preta na altura dos ombros, as cores eram azul, branco e preto na renda.

Cabelo – solto, sem volume, pontas dos cabelos alinhadas frente aos ombros, o que minimizava a sensualidade da blusa

Maquiagem – perceptível: batom, blush nas maçãs do rosto e olhos marcados

Acessórios – brinco de pérola médio, aliança, esmalte branco

Matérias do dia na ordem que foram ao ar:

1. Justiça decreta prisão de seis PMs por execução de suspeito em São Paulo

Plano geral nos dois apresentadores, movimento em zoom in, antes de assumir o texto começado pelo colega, a jornalista olha Carlos que não retribui o olhar, não há gestos com as mãos de Raquel, Nascimento executa um movimento de juntar e separar as mãos brevemente, o tom de voz é firme em ambos, a jornalista chama a matéria.



2. Chega a 50 o número de policiais mortos no Rio de Janeiro em 2015

Plano médio em Carlos, câmera central não há arte, apenas algumas variações de azul, chama matéria, tom de voz grave e não há gestos com as mãos, chama matéria.



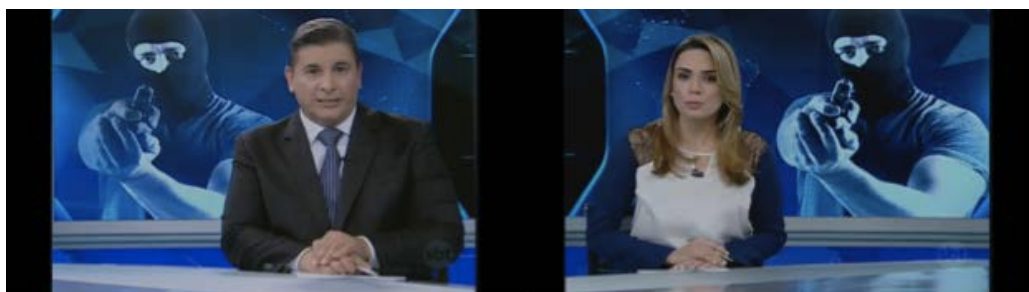
3. Diretor e professora de colégio público são presos por desviar merenda

Mesmo enquadramento anterior, plano médio com câmera central – mas desta vez em Raquel, há arte onde predomina a cor azul, chama matéria. Tom de voz jocoso e não há gestos com as mãos.



4. Bandido anuncia assalto e é atropelado por motorista em São Paulo

Plano médio em Carlos, câmera central arte com variações de azul, chama matéria, tom de voz grave e não há gestos com as mãos, na volta Sheherazade complementa a matéria, tom de voz também é grave e não há movimentos com as mãos.



5. Governo anuncia corte de gastos de R\$ 26 bilhões

Plano geral nos dois apresentadores, antes de assumir o texto começado pelo colega, a jornalista olha Carlos que não retribui o olhar, não há gestos com as mãos em nenhum deles, o tom de voz é firme em ambos, a jornalista chama a matéria e não há arte.



Na volta da matéria, a apresentadora chama o correspondente de Brasília, Kennedy Alencar, a tela já está dividida ao meio, a apresentadora continua em tela até o repórter começar a falar, na volta Nascimento assume o texto, mesmo enquadramento, mesma divisão na tela, chamou atenção o fato dele estar do mesmo lado ocupado anteriormente por Rachel e fazer três perguntas ao repórter, a jornalista fez apenas uma. Não há gestos e o tom de voz é firme em ambos.



6. Corinthians vence mais uma no Brasileirão e pode bater recorde

Plano geral nos dois apresentadores, o texto começa com Carlos e passa para Raquel que olha para o jornalista varias vezes antes de assumir o texto, Nascimento não retribui o olhar, corta para uma câmera lateral plongée, vemos o apresentador Bruno Vicari, corta para ele em plano americano. Arte o tempo todo ao fundo, com predominância da cor azul, não há gestos com a mãos do jornalista, Sheherazade separa as mãos levemente e o tom de voz em ambos e suave.



7. Taxa de juros do cartão de crédito chega ao maior percentual em 16 anos

Plano médio com câmera central em Raquel, há arte onde predomina a cor azul, gestos suaves com um caneta nas mãos, tom de voz preocupado, chama matéria.



8. Dívida trabalhista com empregado doméstico pode ser parcelada

Close em nascimento com câmera central, não há arte, apenas uma parte do cenário recortada onde predomina a cor azul, tom de voz grave, chama matéria.



9. Câmeras flagram briga entre torcedores antes de clássico em Belo Horizonte

Plano médio em Sheherazade com câmera central, há arte onde predomina a cor azul, tom de voz é apreensivo, chama matéria.



10. Delator revela esquema de 'vantagens indevidas' para diretores da Petrobras

Plano médio em Sheherazade com câmera central, há arte onde predomina a cor azul, tom de voz é desdenhoso, chama matéria.



11. Manifestantes invadem hotel em Brasília para reivindicar moradia

Plano médio em Sheherazade com câmera central, há arte onde predomina a cor azul, tom de voz é jocoso, chama matéria.



12. Plano de investimento pretende aplicar quase R\$ 200 bilhões na infraestrutura do país

Plano médio nos dois apresentadores, antes de assumir o texto começado pelo colega, a jornalista olha Carlos que não retribui o olhar, não há gestos com as mãos em Nascimento, Sheherazade mexe com a caneta, o tom de voz é suave em ambos, a jornalista chama a materia e há arte com predominancia da cor azul, embora com variacoes de verde.



13. Previsão do Tempo

Como dito anteriormente, a previsão do tempo no SBT Brasil entra como um quadro à parte, não há chamada, mas sim, vinheta – e a jornalista do tempo não fala com os apresentadores, também não há deslocamento dela pelo mapa, tudo é feito por computação gráfica. Neste dia, Carolina dias estava com vestido estampado, não vemos suas pernas, pois é enquadrada em plano americano e cenário é feito com uma arte, neste dia com chuva.



14. ONG ensina moradores de favelas a registrar violações de direitos humanos

Plano médio nos dois apresentadores, Sheherazade começa o texto e antes de assumir a continuação, Carlos olha pela primeira vez na noite para a colega de bancada, que retribui o olhar, e olha para ele durante seu texto. Não há gestos com as mãos e o tom de voz é suave em ambos, o jornalista chama a matéria e não há arte, importante observar que não vemos a redacao do telejornal em momento algum durante o programa.



15. Adolescente de 2,04 metros é a nova esperança do basquete brasileiro

Plano geral nos dois apresentadores, o texto começa com Raquel que olha para Carlos antes de passar o texto, o jornalista não retribui o olhar, corta para uma câmera lateral plongée, vemos novamente Bruno Vicari, ele conversa com Nascimento, corta para o apresentador em plano americano. Não há arte ao fundo, predominância da cor azul o temo todo, não há gestos com a mãos do jornalista, Sheherazade levanta uma das mãos e o tom de voz em ambos é animado.



Não foi analisada especificamente nem abertura, escalada, nem o encerramento do SBT Brasil, pois como dito anteriormente, esses elementos foram analisados de maneira separada, pois entende-se ambos como parte do ritual do telejornal.

É importante pontuar também o uso da cor azul que pode representar, como dito anteriormente, sensação de sobriedade e sofisticação, segundo Guimarães (2003), o azul representa, em muitos casos – em especial no jornalismo, o universo masculino. No entanto o autor defende também que a cor azul em excesso pode trazer sonolência, e isso ocorre no cenário do SBT Brasil, o azul predomina no ambiente, nas artes e nas vinhetas. Ainda segundo Guimaraes (idem) o papel da cor-informação e sua relação com o ambiente demonstram a intenção que ela carrega, que neste caso, como no JN seria de passar credibilidade e seriedade, mas ao ocorrer uma saturação neste sentido, perde-se o caráter informativo, o transformando num ambiente caricato. O ideal é que fosse combinada com outras cores para evitar a monotonia e reforçar a ideia que se pretende passar.

A partir desta primeira análise podemos concluir que no SBT Brasil é dado o mesmo tratamento ao homem e à mulher que ocupam a bancada, há equilíbrio no anunciado de notícias fortes, ambos dividiram as pautas de amenidades e a proxêmica também foi bastante parecida nos dois. No entanto, é preciso compreender que assim como Renata, Sheherazade também ocupa esse papel à medida que cumpre certos requisitos previamente combinados:

- A apresentadora é bela e jovem, os apresentadores não
- Sua fala é firme, mas pontuada por passagens suaves – no SBT Brasil, o apresentador também raramente suaviza seu tom de voz, consegue no máximo, uma entonação preocupada
- Raquel também constantemente dá apoio visual ao companheiro de bancada, ora virando seu corpo em direção ao colega de bancada para ouvi-lo, ora trocando com ele olhares de aprovação, o homem olha algumas vezes para a apresentadora enquanto ela fala, mas não dá qualquer sinal de aprovação e o corpo não fica totalmente inclinado em direção à colega como o dela.
- Sua vestimenta é mais feminina que a de Renata e a maquiagem, bem mais proeminente, Raquel permeia em seus gestos o cuidado “inerente” ao feminino e seu visual alude e reforça de maneira estereotipada o conceito visual do feminino.
- Ela impõe elementos que sinalizam o seu papel de mulher, mas põe em risco o ar de credibilidade e de seriedade buscado pelo gênero, como por exemplo no uso de rendas, que evocam uma sensualidade deslocada do gênero jornalístico. Essa variação não é identificada no homem que perpetua através da repetição cotidiana o modelo ideal do masculino.
- Mas, como que para compensar o visual, Raquel tem o tom de voz mais duro e assertivo que Renata, não igual ao do homem, apenas mais duro e assertivo que o de sua colega de profissão.

O que pode-se intuir aqui é que para mulher receber o mesmo tratamento que o homem no SBT Brasil, ela deve as características já citadas: juventude, beleza (naturais, ou conseguidos através de recursos como figurino e maquiagem) e subserviência no olhar e nos gestos, mas que, para manter a credibilidade necessária para o telejornal que apresenta, faz concessões no trato e na maneira de se comunicar pela fala, sendo mais assertiva e dura no tom de voz.

Assim como Renata, no que primeiro dia de análise estava sem o seu par usual; no dia 15/09/15, Raquel estava com Carlos Nascimento e também manteve uma postura mais complacente em relação ao colega. Embora tenha se notado também que na noite de 11/08/2015, em que Sheherazade estava acompanhada de seu parceiro oficial, Joseval Peixoto; havia uma postura de apoio ao colega tão proeminente quanto na noite anterior. Nos dois dias de análise, notou-se uma postura firme e um tom de voz enfático nas matérias mais importantes da noite, mas houve também um tom ameno e conciliador na apresentadora, além de uma contemplação em relação aos dois colegas de bancada, se colocando na já citada, posição de ouvinte.

9.5. Análise do Jornal da Band no dia 21/08/15

Paloma Tocci apresentou o telejornal sem Ricardo Boechat, que estava afastado por problemas de saúde⁸⁸, em seu lugar assumiu o jornalista Fábio Pannunzio, que também é o substituto oficial de Boris Casoy.

Figurino – camisa com corte masculino com ombreiras discretas, na cor verde clara

Cabelo – solto e liso, com volume de babyliiss nas pontas

Maquiagem – leve, mas perceptível: sombra iluminadora nos olhos, blush nas maçãs do rosto e batom

Acessórios – brinco metálico longo, esmalte claro

Matérias do dia na ordem que foram ao ar:

1. STF notifica Cunha e Collor após denúncias de corrupção na Petrobras

Plano geral nos dois apresentadores, corta para Fábio, plano médio – chama matéria, tom de voz firme.



Na volta da matéria, o mesmo apresentador chama um adendo – Camargo Corrêa devolve milhões para empresas públicas vítimas de corrupção, o plano é o médio, mas um pouco mais fechado que anteriormente, o tom de voz é de incredulidade, gestos marcados com as mãos.



⁸⁸ <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/08/27/boechat-diz-ter-sofrido-um-surto-depressivo-agudo-fiquei-desnortado.htm>

Acessado em 23/10/2015

2. Ditador norte-coreano ordena que tropas se preparam para combate contra Sul

Plano médio em Paloma, ela chama a matéria, tom de voz firme, segura uma caneta, mas não há gestos com as mãos.



3. Medidas garantem ar um pouco mais puro em cidades muito poluídas

Plano médio em Paloma, gestos marcados com as mãos, mas suaves, tom de voz ameno, conciliador.



4. Polícia usa bombas de gás para dispersar imigrantes na Macedônia

Plano médio em Fábio, não há gestos com as mãos e o tom de voz é grave.



5. Prévia da inflação oficial sobe em ritmo menor no mês de Agosto

Plano medeio em Fabio, gestos marcados com as mãos e tom de voz é de denuncia.



6. Extração ilegal de madeira na Amazônia escoada para todo país pela BR-163

Plano médio em Fabio, mãos justapostas, tom de voz é jocoso.



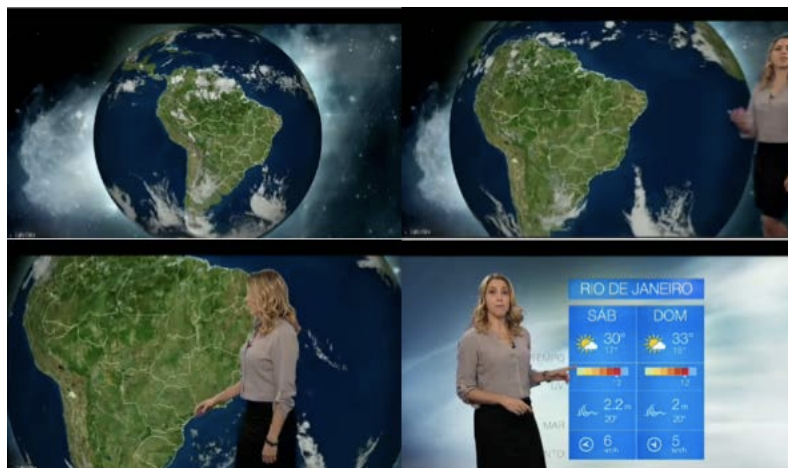
7. Seca leva sistema que abastece RJ ao nível mais baixo em 80 anos

Plano médio em Paloma, não há movimento com as mãos, tom de voz preocupado.



8. Previsão do tempo

Normalmente a previsão do tempo no Jornal da Band é feita por Paloma Tocci, que já está em pé no cenário e caminha até o centro do quadro, neste dia foi substituída por Laura Ferreira e a movimentação foi um pouco diferente do costumas, enquanto Paloma caminha até o centro e não mexe o corpo durante a sua fala, Laura passava da direita para a esquerda varias vezes durante a apresentação.



9. Tiroteios acontecem em seis dias por semana no Complexo do Alemão

Como dito os apresentadores só aparecem juntos nas entradas e saídas de blocos, volta do intervalo, os dois em plano geral, corta para close em Fábio, tom de voz grave, chama matéria.



10. Filho de Ivo Pitanguy é preso no RJ por atropelar e matar pedestre

Plano médio em Paloma, não há movimentação das mãos – tom de voz é sério, chama matéria e na volta complementa a notícia.



11. Mais da metade da população brasileira está acima do peso

Plano médio em Fabio, movimentos marcados com as mãos, tom de voz é de preocupação.



9.6. Análise do Jornal da Band dia 13/10/15

Nessa noite, Paloma Tocci tem em sua companhia Ricardo Boechat, já recuperado.

Figurino – blusa com corte feminino, mas não ajustada ao corpo, bicolor

Cabelo – solto e liso, sem volume

Maquiagem – quase imperceptível, exceto por um leve esfumado nos olhos

Não usou acessórios, esmalte claro

Matérias do dia na ordem que foram ao ar

1. Oposição irá apresentar novo pedido de impeachment

Plano médio em Boechat, tom de voz é de denúncia, mas complacente – como se concordando, sem movimento com as mãos.



2. Polícia prende cinco suspeitos de balear vigilante em shopping no RJ
Plano médio em Paloma, não há gestos com as mãos, tom de voz grave.

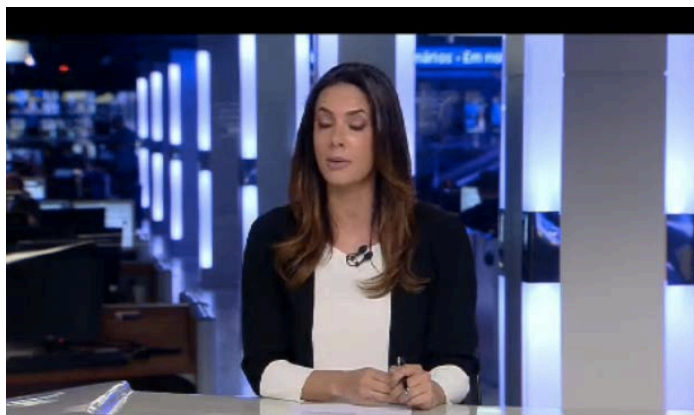


3. Cinco morrem em mais um dia de violência entre israelenses e palestinos
Plano médio em Paloma, gestos marcados com as mãos, tom de voz preocupado.



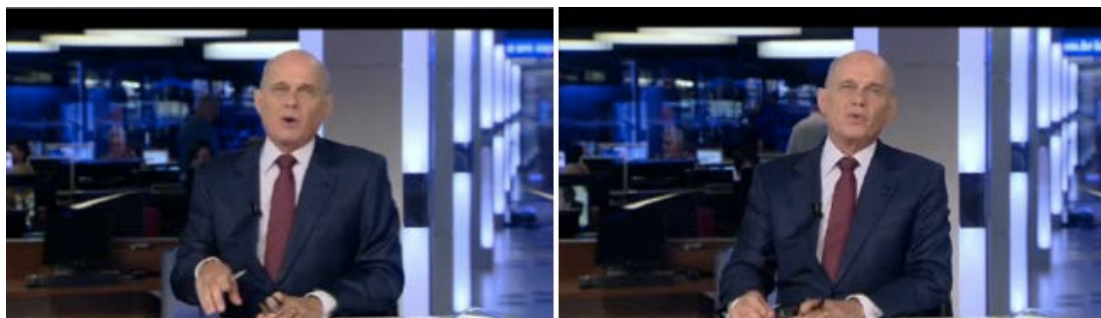
4. Comendo formigas, homem sobrevive seis dias sem água no deserto

Plano médio em Paloma, não há gestos com as mãos, tom de voz incrédulo.



5. STF barra regras definidas por Cunha para impeachment de Dilma

Plano médio em Boechat, tom de voz é de denuncia, mas complacente – como se concordando, movimento marcado com as mãos, na volta o jornalista emite uma opinião sobre o assunto no mesmo plano anterior.



6. Depois dos food trucks, surgem pet shops e salões de beleza sobre rodas

Plano médio em Paloma, tom de voz é animado, movimentos leves com as com as mãos, mexendo numa caneta.



7. Chove forte no Sul até o final da semana

Como de costume, Paloma apresenta também a previsão do tempo, a jornalista caminha até o centro do cenário virtual faz movimentos de indicação com mãos e braços, mas não se vira nem troca de lado durante a previsão.



8. Quase 50 mil pessoas ainda estão desabrigadas por enchentes no RS

Plano médio em Paloma, não há gestos com as mãos, tom de voz grave.



9. A duas semanas do Enem, estudantes entram em reta final de preparação

Plano médio, tom de voz é sério, tira durante sua fala o óculos de leitura do rosto.



10. Laboratório no RJ estuda como as mudanças do clima afetam saúde humana

Plano médio, tom de voz é de denuncia, sem movimento com as mãos, chama matéria.



11. Alunos de escola pública de SP ganham ouro em Olimpíada de Matemática

Boechat em plano médio, tom de voz é animado, sem movimento com as mãos, chama matéria.



12. MasterChef Júnior estreia na próxima terça com jurados de coração amolecido

Plano médio em Paloma, tom de voz é feliz, chama matéria de encerramento.



Não foi analisada especificamente nem abertura, escalada, nem encerramento do Jornal da Band, pois como dito anteriormente, foram analisados de maneira separada, pois entende-se estes elementos como parte do ritual do telejornal.

Voltando ao Jornal da Band, é importante pontuar o uso da cor azul que pode representar, como dito anteriormente, sensação de sobriedade e sofisticação. No Jornal da Band, o azul predomina no cenário, mas é composto com outras cores; embora não tenha recursos visuais complexos como vinhetas e arte para apoiar visualmente as notícias anunciadas, consegue passar credibilidade e seriedade através do ambiente com a redação quase integrada ao cenário, ajuda nesse sentido como se as notícias anunciadas estivessem “ainda quentes” reforçando a ideia de credibilidade que se pretende passar. Citando mais uma vez, François Jost (2006) baseado no que diz seu modelo de promessa, o Jornal da Band aparentemente cumpre sua função de informar – pois é esse seu objetivo inicial.

No entanto, a partir desta primeira análise podemos concluir que é no Jornal da Band não dá o mesmo tratamento textual ao homem e à mulher que ocupam a bancada, não há equilíbrio nesse aspecto, pois ambos não dividem as pautas de amenidades, que são quase na totalidade anunciadas pela apresentadora e assuntos mais sérios são quase na totalidade anunciadas por Boechat. Além disso, Paloma também só ocupa esse papel à medida que cumpre certos requisitos previamente combinados:

- A apresentadora é bela e jovem, os apresentadores não necessariamente
- Sua fala é séria, não firme, séria apenas – e pontuada maciçamente por passagens suaves e ternas – os apresentadores raramente suavizam o tom de voz, conseguem no máximo, uma entonação preocupada ou jocosa
- Paloma dá apoio visual ao companheiro de bancada apenas quando solicitada, a narrativa visual não permite essa interatividade, mas o homem pode chamar a apresentadora enquanto fala – como se para que ela prestasse atenção, mas Paloma não teve o mesmo comportamento em relação ao companheiro nenhum dos dias
- Além disso, o homem pode emitir sua opinião sobre os assuntos, há um espaço reservado dentro do telejornal para que ele fale e decodifique o que está sendo dito, dando explicitamente sua opinião. Paloma não se manifesta, nem mesmo com gestos no semblante que a jornalista concorda ou rechaça o que acabou de dizer
- A vestimenta é visualmente neutra, uma maneira de minimizar talvez, a beleza de Paloma, assim como fora feito com Renata Vasconcellos – mas pontos de feminilidade aparecem, seja nos acessórios ou na maquiagem (mesmo discreta), seja nos cabelos, sempre soltos e bem escovados, mas o ponto forte dessa “caracterização feminina” da apresentadora é a entonação vocal: Paloma permeia em momentos específicos do telejornal uma delicadeza “inerente” ao feminino através da voz
- Ela encontra pontos de fuga que afirmem sua seriedade tentando manter o ar de credibilidade buscado pelo programa, mas os elementos que sinalizam o

seu papel de mulher e de feminilidade jogam contra essa tentativa, pois são tendenciosamente utilizados para reforçar o espaço de segundo plano em que é vista e colocada. Essa variação não é identificada no apresentador que perpetua através da repetição cotidiana o modelo ideal do homem, na voz, no visual e na textualidade.

O que pode-se intuir é que para mulher permanecer no mesmo espaço, mas sem a mesma visibilidade e tratamento que é dado o homem, ela ainda deve ter essas características citadas: juventude, beleza, bem como uma exacerbada subserviência no olhar e nos gestos.

No primeiro dia de análise 21/08/15, por se tratar de um programa em que a apresentadora estava sem o seu par usual: Ricardo Boechat; observou-se uma representatividade maior em seu papel no telejornal, ela estaria nesse dia em uma postura de segurança, pois já conhece os rituais e rotinas do programa, e por isso mesmo foi liberada da função de “moça do tempo” neste dia, sendo substituída por uma colega. Na noite seguinte, de 13/10/15 em que a jornalista estava acompanhada de seu parceiro oficial; notou-se em Paloma a volta para seu papel anterior, uma postura de assistente de palco, voltando inclusive também assumir sua função de moça do tempo. Observou-se neste dia um tom ameno e conciliador na apresentadora de uma maneira geral.

Baseado no que diz o estudioso François Jost (2006) em seu modelo de promessa, o Jornal da Band aparentemente cumpre sua função de informar – pois é esse seu objetivo inicial. Como dito anteriormente, diante das promessas feitas, as utilizações de um produto cultural são variadas e cada um dos envolvidos no processo tira prazer ou informação de uma maneira particular – e como o foco da análise é a projeção do comportamento feminino dentro do formato, podemos perceber que se a mulher tem um papel secundário dentro deste produto, muito mais do que em qualquer outro analisado, não apenas no que tange seus gestos, posturas e tom de voz, mas também no espaço a ela destinado; a mensagem passada ao receptor tende a ser que a mulher não tem o direito ao mesmo espaço argumentativo que o homem. Sua proxêmica e cinésia a subjugam, levando inclusive a assumir outras funções não ocupadas pelo homem (e por nenhum homem) dentro do formato, como apresentação do tempo – tendo que paralelamente a tudo isto: ser bela jovem, profissional e condescendente.

13. CRUZAMENTO ENTRE OS PERFIS DAS APRESENTADORAS

A fama de Sheherazade é notória, adquirida especialmente por sua capacidade de polemizar sobre diversos assuntos, em 2011 quando era apresentadora na TV Tambaú, fez uma crítica ao carnaval paraibano, e tornou-se conhecida nacionalmente após o vídeo ser compartilhado nas redes sociais. Tamanha repercussão, que a jornalista foi convidada pessoalmente por Silvio Santos (a emissora em questão era afiliada do SBT na Paraíba), para compor a bancada do "SBT Brasil", principal telejornal da casa. De todas as controvérsias envolvendo a jornalista, as mais comentadas datam de 2013, quando defendeu a liberdade do pastor e deputado federal Marcos Feliciano, afirmando o direito de manifestar opiniões, e a mais rumorosa em 2014, mencionada anteriormente, quando Rachel justificou a atitude de um grupo de milicianos que espancou e prendeu um menor infrator com

uma tranca de bicicleta pelo pescoço num poste na Zona Sul do Rio de Janeiro. Rachel foi denunciada por apologia ao crime pela deputada Jandira Feghali e o impacto foi tão grade que o SBT proibiu a jornalista de manifestar opiniões no telejornal e colocou uma nota de justificativa no site oficial da emissora:

*Em razão do atual cenário criado recentemente em torno de nossa apresentadora Rachel Sheherazade, o SBT decidiu que os comentários em seus telejornais serão feitos unicamente pelo Jornalismo da emissora em forma de Editorial. Essa medida tem como objetivo preservar nossos apresentadores Rachel Sheherazade e Joseval Peixoto, que continuam no comando do SBT Brasil.*⁸⁹

Mas apesar de toda ressonância em torno do assunto – e de rumores de que davam como certa sua saída do SBT, meses após o ocorrido Sheherazade anunciou que terá um programa próprio de entrevistas na emissora, o que ainda não aconteceu. O que dá margem para entendimentos dúbios a respeito da consideração que se tem pela apresentadora dentro do canal.

Diferente de Rachel Sheherazade, Renata Vasconcelos é discreta e nunca foi dada à polêmicas, o que significa que tenha ficado longe delas – especialmente por conta de sua beleza. Quando assumiu a bancada do JN, a Rede Globo temia que Renata chamasse mais atenção do que as notícias⁹⁰ – por esse motivo, a apresentadora passou os meses seguintes a sua estreia usando roupas lisas em tons neutros e pouca maquiagem. Além disso, Renata teve que lidar com a delicada situação de ser constantemente comparada à Patrícia Poeta, que fora “acusada” quando assumiu em 2011, também de ser “bonita demais” para uma âncora de telejornal. Pesava sobre Patrícia também a suspeita de ter conseguido o posto por ser casada com Amauri Soares, um dos diretores mais importantes de Jornalismo da Rede Globo⁹¹. Tudo isso somado ao fato da própria Renata ter se casado (em segredo) um mês após sua escalação para a bancada do JN com outro diretor de jornalismo da casa, Miguel Athayde. A sensação é que, embora Renata tenha uma boa formação, seja carismática e preparada, com uma carreira sólida e respeitada, sempre vão pairar desconfiâncias sobre o real motivo de sua indicação para a bancada no Jornal Nacional⁹².

O caso de Paloma é o típico da bela que tenta se legitimar pela inteligência, a jornalista é conhecida por sua dedicação no jornalismo – mas reconhecida principalmente pelo rótulo de “a” jornalista mais linda (entre outros adjetivos menos elegantes) da tv no momento. O jornalismo esportivo, terreno a que se dedicou desde o início da carreira, também favorece o borramento das fronteiras do que é admiração e do que é desrespeito – Paloma já foi pedida em casamento no ar durante uma matéria ao vivo, pelo jogador Lucas do São Paulo⁹³, ela admitiu depois que tudo se

⁸⁹ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/> Acessado em 14/04/14

⁹⁰ Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/11/1543142-globo-nao-quer-que-renata-vasconcellos-chame-atencao-dema-is-no-jornal-nacional.shtml> Acessado em 15/11/14

⁹¹ Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/columnistas/ricardofeltrin/2014/09/1518286-patricia-poeta-vai-ficar-mais-de-ano-na-geladeira.shtml> Acessado em 19/04/15

⁹² Disponível em: <http://celebridades.uol.com.br/noticias/redacao/2014/11/05/renata-vasconcellos-vai-oficializar-casamento-com-diretor-da-globo.htm> Acessado em 15/11/14

⁹³ Disponível em: <http://uol.esportevetv.blogosfera.uol.com.br/2012/11/07/paloma-tocci-diz-que-sofreu-preconceito-por-beleza-e-refuta-lado-maria-chuteira-nunca-peguei-jogador/> Acessado em 15/03/14

passava de brincadeira, mas o jogador insistiu que “pegaria” a apresentadora⁹⁴. Musa, como é frequentemente denominada, figura constantemente listas da internet como uma das jornalistas mais desejadas para ensaios sensuais⁹⁵ - apesar de nunca ter feito nenhum, seus figurinos considerados sensuais demais pelos internautas, também geram muitos comentários ofensivos na rede⁹⁶. Embora a jornalista tente sempre desvincular sua imagem da sensualidade evocada pelos internautas – defende em entrevistas que tem uma postura inflexível a elogios e cantadas, é evidente que isso ajudou alavancar sua carreira – mas agora como âncora de um dos telejornais mais importantes da emissora, a ordem é neutralizar o tom⁹⁷.

No entanto, o que Paloma não percebe é que esse rótulo já lhe pertence muito antes dela ser escalada para substituição de Ticiane; hoje ela é a bela da bancada, assim como fora sua antecessora. Pode ser que isso mude no futuro, mas através da pesquisa, podemos intuir que no Jornal da Band as funções e participações sempre foram bem rígidas – um âncora homem, mais velho e guardião da sapiência (só os homens manifestam opinião) e uma âncora mulher, bem mais jovem que ele e com a função de trazer leveza ao telejornal. Inúmeros são os exemplos ao longo da história do Jornal da Band, em que as âncoras mulheres tiveram a função de emoldurar os solos do homem na bancada, através de comentários espirituosos e/ou ingênuos⁹⁸⁹⁹¹⁰⁰.

Segundo o pesquisador e jornalista Yashar Ali¹⁰¹, epidemia de gaslaitear é um termo que define uma parte da luta contra os obstáculos da desigualdade que as mulheres enfrentam. O conceito, que virou moda em artigos e em teses, é uma versão portuguesa de “*gaslight*” que descreve comportamentos que fazem as pessoas, especialmente as mulheres, questionarem a própria conduta, caráter e sanidade; e vem do filme de mesmo nome com Ingrid Bergman, em que o seu marido só receberá uma herança milionária se ela morrer ou for considerada incapaz, ele então tenta convencer a mulher que ela está enlouquecendo, alterando, entre outras coisas, a iluminação da casa de maneira que fique piscando, e quando ela reclama, ele diz que a esposa está imaginando coisas.

O conceito é interessante e pode ser observado nas jornalistas analisadas, cada vez que as apresentadoras buscam o olhar de aprovação dos colegas de bancada

⁹⁴ Disponível em: <http://uol.esportevetv.blogosfera.uol.com.br/2012/08/25/provocado-por-paloma-tocci-lucas-diz-que-pegaria-musa-e-tem-olhar-indiscreto-flagrado/> Acessado em 25/04/14

⁹⁵ Disponível em: <http://www.furoseflagrasdosfamosos.com/2013/06/fotos-sensuais-da-paloma-tocci-sao.html> Acessado em 15/11/14

⁹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=W3D58psizZ8> Acessado em 15/11/14

⁹⁷ Disponível em: <http://natelinha.ne10.uol.com.br/colunas/2015/02/28/a-versatilidade-da-jornalista-paloma-tocci-86192.php> Acessado em 15/11/14

⁹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FdKi25-ueDc> Acessado em 15/11/14

⁹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Rn2HPvOxaS4> Acessado em 15/11/14

¹⁰⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZKpWN6lWxrc> Acessado em 15/11/14

¹⁰¹ Disponível em: <http://www.papodehomem.com.br/porque-as-mulheres-nao-estao-loucas/> Acessado em 20/10/15

estão, na verdade, afirmando que mulheres quando emitem opiniões/informações sozinhas, precisam da chancela do homem, mesmo elas – apresentadoras dos principais telejornais do país. É como se fizessem constantemente perguntas que confirmam o que acabaram de dizer: “não é mesmo?” Tal qual às assistentes dos mágicos, que sabem tanto quanto eles os segredos de todos os truques – inclusive sendo responsáveis pela execução da maioria, mas que para plateia, só estão ali para serem vistas (em suas roupas minúsculas e sensuais) – e fazendo coro aos aplausos para o “grande” mágico. Teoria que corrobora, com a postulada por George Lakoff, sobre as estratégias típicas do falar feminino; que como mencionado no início da pesquisa, defende que as mulheres não costumam afirmar e buscam construir um discurso cooperativo, se preocupando mais em modular sua fala a fim de buscar um meio-termo, visando não ferir a face de seu interlocutor. Quando uma mulher fala de maneira mais assertiva, é comum tomarmos essa atitude linguística como ataque pessoal, classificando-a como sinalizadora de grosseria propositada; isso ocorreria segundo o autor, porque atrelados ao senso comum, julgamos “antinatural” que uma mulher se posicione de maneira clara, objetiva e, sobretudo, assertiva – é exatamente o que vemos acontecer nos telejornais analisados, com exceção de Sheherazade, que como também vimos, ameniza essa *tendência agressiva*, através de seus figurinos, ora mais femininos, ora mais sensuais.

Primeiramente, as dinâmicas desenroladas nos respectivos telejornais podem ser analisadas segundo a semiótica de Peirce, como sabido, para o autor o que *não dito* está nas entrelinhas do que é *dito*, a linguagem sempre sofre ruídos nesse processo, pelo viés das inferências. Na apresentação dos telejornais percebemos que as mulheres possuem consciência crítica, são inteligentes e aparentemente conscientes da importância do papel que representam. No entanto, apesar dessa aparente lucidez, estão sempre à disposição do olhar masculino, em termos de aparência e também em termos de prontidão, no sentido de estarem atentas e dispostas ao cuidado e atenção para o companheiro da bancada, postura esta que não percebemos nos homens.

Entretanto, seria impossível expor todas essas questões somente citando a proxêmica e cinésia dos programas – então focamos nos assuntos anunciados por homens e mulheres e percebemos isso mais uma vez através das matérias chamadas por um e outro, a partir do momento em que a semiótica de Peirce é aplicada na comunicação dessas reportagens, é possível estabelecer a ideia de que o factual / acontecimento é um objeto, e portanto um signo, mais precisamente um signo informativo, por se tratar de um produto jornalístico, e as informações mais preciosas ou importantes são anunciadas pelos homens, em todos os telejornais analisados.

Tanto as apresentadoras, quanto os telejornais podem ser encaixados na teoria do signo triádico de Peirce. Conforme análise de Santaella (2005, p.12), o signo de Peirce em relação ao objeto apresenta três fases: signo, objeto e interpretante. Um mesmo signo pode ser visto como ícone do factual, como uma fotografia do mesmo ou uma estrela vermelha colocada no texto como signo de algo; como um índice, em que elementos dados no texto remetem a ideias outras como essa mesma estrela vermelha remetendo ao Partido dos Trabalhadores; ou um símbolo em que essa mesma estrela, convencionalmente, é o Partido dos Trabalhadores. Essa análise semiótica do corpus permitiu a percepção dos signos fundamentais em oposição aos interpretantes.

Em outras palavras, foi possível identificar o pano de fundo dos signos, ou o seu elemento fundamental, presente em todas as apresentadoras e nas reportagens, bem como nas interpretações decorrentes disto. O *signo fundamental* das produções jornalísticas analisadas são os signos factuais, aquilo que realmente aconteceu e pode ser percebido em Primeiridade, não há como negar um fato. Essa característica se faz presente em todas as interpretações, mas não vem sozinha, cada interpretação é complementada pelos interpretantes individuais, ou seja, os signos gerados a partir das experiências de vida de cada intérprete em relação ao assunto em foco, de sua pragmática. Sendo assim, teríamos a existência de elementos da Primeiridade em suas qualidades visuais e sonoras, assim como a Terceiridade na interpretação das relações existentes entre o que o signo transmite a aquilo a que ele se aplica, justamente pela possibilidade de geração de outros signos.

Como cada telejornal é composto por inúmeras matérias, que por sua vez são compostas por dezenas de signos que visam representar os acontecimentos ocorridos no dia, podemos encontrar infinitos índices, ícones e símbolos em cada uma destas edições. E ainda, como cada telejornal é apresentado por uma apresentadora diferente, elas podem ser considerado um índice de mulher, e como dito, isso já traz em si novos signos, como: signos de beleza, inteligência, credibilidade, e por que não, de comportamento.

Quando isso fica reiterado todos os dias nos principais canais abertos de televisão, se está afirmando semioticamente, a milhares de mulheres, que para ser aceita e participar compondo a mesa de discussão, deve-se além de jovem e linda, vestir-se de maneira elegante, (deixando de preferencia sempre um pouco de pele à mostra), usando uma maquiagem e acessórios que ressaltem sua beleza, mas o mais importante, ser condescendente: no olhar, nos gestos e também no tom de voz – na postura de uma maneira geral. Há um conceito enraizado na cultura ocidental que diz que fisiologicamente as mulheres tendem a ser mais emotivas que os homens – dado esse aceite ou não, e já bastante discutido – além de polêmico; seria uma questão hormonal e biológica. No entanto, o que se percebe em todas as apresentadoras é uma adaptação das reações a um padrão uníssono do que seria o feminino – e quem não reage assim, está automaticamente fora – vide Lillian Fitte Wibe, que como também mencionado, não agradava a audiência porque costumava ser bastante assertiva, e isso afinal de contas, não é o comportamento que se espera de uma mulher, mesmo sendo de uma mulher na bancada de um telejornal. Até mesmo no caso da apresentadora Paloma Tocci, que raramente se relaciona com o companheiro de bancada e também não emite opiniões – algo por si só sintomático, pois só ao homem é dado direito à manifestação; vemos uma constante desconfirmação em sua apresentação, seja na quantidade de notícias que anuncia por dia – sempre menor; seja na relevância dos assuntos informados por ela – sempre mais leves e amenos que os anunciados pelo homem, seja por assumir a sua função de ancora, uma função considerada de aprendiz: moça do tempo.

É importante salientar que nossa sociedade vai criando, dia após dia, uma maneira de aumentar a vulnerabilidade feminina. Seja através da exposição de meninas cada vez mais novas representando adultas em campanhas publicitárias hipersexualizadas, seja quando infantiliza as mulheres adultas, alterando seus corpos, apagando suas marcas de idade e as tratando como invisíveis quando atingem uma idade que não são mais consideradas visualmente interessantes, e como que para não

ficarem alheias à participação e representatividade social, são empurradas a uma idiotização encenada e a uma celebração da juventude sem limites: Suzanas Vieiras não faltam para que se possam usar como exemplos, mas a questão é mais profunda.

Meninas são incentivadas a ter relacionamentos com homens mais velhos porque dentro de nossa cultura, elas são consideradas mais maduras que os meninos na mesma idade: o mito de que garotas amadurecem mais rápido do que meninos, e por isso é natural que se relacionem com homens mais velhos. Talvez seja o mais antigo mito relacionado aos gêneros e cujo reflexo crie no imaginário masculino a sensação de tolerância ao se colocar apresentando um telejornal uma apresentadora 20, 30 anos mais nova do que o respectivo homem na mesma bancada. Só que ao inverter o pensamento – a conta não fecha, não vemos Maria Lydia dividindo a bancada com um rapaz de 20 e poucos anos, e ainda por cima, se colocando como uma mestra inquestionável, como faz Boechat por exemplo. As raras mulheres que assim como Maria Lydia ou a inglesa Miriam O'Reilly, se engajam e enfrentam os desafios de ocupar estes espaços, acabam por assumir a posição de ruptura com o arquétipo da mulher ou com a essência da alma feminina, da sua subjetividade e com a subjetividade coletiva que foram construindo em meio ao mundo, de que este lugar não as pertence.

14. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estereótipo da beleza e da submissão é reproduzido diariamente na TV, nas rádios, nos jornais e permeiam o imaginário popular; é preciso democratizar os meios de comunicação e alterar esse contexto carregado de estereótipo e preconceito contra a mulher, em todas as fases de sua vida. É preciso intervir de forma ativa nos pontos estruturais da comunicação de massa e construir uma nova perspectiva livre de preconceitos, não só estética e de gênero – mas também de classe, gênero, etnia e orientação sexual. Baseado ainda no que diz o estudioso François Jost (2006), os meios de comunicação e seus sistemas de representação, como os telejornais, são espaços privilegiados na contemporaneidade para projeções de identidade.

E a semiótica, enquanto ciência que estuda signos e significados, pode contribuir maciçamente com essa problemática, pois através da percepção crítica do telespectador, ou interpretativa, já que estamos no campo semiótico; mudanças significativas podem ocorrer. Vimos isso acontecer recentemente no caso da menina Valentina, participante de um programa de culinária no canal Bandeirantes, que foi exposta no Twitter a comentários sexuais¹⁰² incompatíveis com a sua idade de 12 anos. A resposta da emissora, talvez no intuito de proteger a menina, foi reduzir seu tempo de permanência no vídeo na edição do programa seguinte; os telespectadores não só perceberam, como se manifestaram ruidosamente através das redes sociais¹⁰³, se isso não é uma resposta ocorrida através de uma percepção semiótica, não sei como classificar tal fato – mas isso é tema para outras análises.

¹⁰² Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/pedofilos-assediam-participante-do-masterchef-pelo-twitter> Acessado em 01/11/15

¹⁰³ Disponível em: http://www.purepeople.com.br/noticia/band-esclarece-sumico-de-valentina-do-masterchef-cada-episodio-uma-dinamica_a82913/1 Acessado em 01/11/15

A pergunta que se deixa é, valorizado na imagem, o telejornalismo alcança seus objetivos como proporcionar o desejo de pertencimento ou representatividade nas telespectadoras? Pelo que foi analisado, a resposta é não, ou melhor, essa resposta é não à medida que se busca para mulher, um tratamento igual o dado ao homem. Essa breve análise, embora parcial, se mostra frutífera não apenas em indicar que os processos de significação das jornalistas de televisão deveriam ser múltiplos, distintos, culturais, sociais e particulares, mas que acabam se encerrando num padrão rígido e pasteurizado. Levando à reflexão sobre o papel da apresentadora de telejornal, nas suas particularidades estéticas e comportamentais, que podem certamente exercer influência na percepção e no comportamento de quem assiste esse tipo de produto. A atividade corporal visível, assim como a atividade fonética audível, influencia o comportamento dos outros membros de um grupo e as atividades corporais visíveis encerram significados socialmente reconhecidos e válidos, neste caso se faz urgente uma ressignificação nesse processo – pois estamos confirmando um padrão estereotipado e vazio, que ao longo das gerações tende a se cristalizar cada vez mais, minando a representatividade feminina, privamos também um discurso plural que é, ou seria, crucial para o desenvolvimento de uma sociedade mais tolerante, estruturada, capaz de articular uma visão de mundo menos polarizada que assistimos hoje. Negar isso às mulheres, é negar o direito de mostrar que exercem um papel de personagem atuante nas sociedades que vivem, há um descompasso entre o que se mostra e o que se vivencia no cotidiano.

Pensar a igualdade de gêneros e representa-los de igual maneira dentro do formato telejornalismo, é também pensar políticas que tornem eficaz a mudança institucional: por exemplo, ter cotas para mulheres em comitês ou conselhos executivos (como se criou na Alemanha, em dezembro de 2014¹⁰⁴), estrutura adequada para amamentar no local de trabalho, licenças de paternidade e maternidade equiparadas, e muitas outras. Essas conquistas também seriam um ganho social para homens e entidades familiares em suas diferentes configurações. A representatividade feminina é importante por potencializar pautas de interesse das mulheres em diferentes áreas, além de contribuir decisivamente para a maior produtividade. Por isso, é urgente discuti-la, especialmente considerando o contexto informativo e representativo dos telejornais e da posição ocupada pela televisão, através de sua tão discutida onipresença, pois toda a sociedade ganha quando as mulheres participam, e mais, quando participam efetivamente e não como uma falsa representatividade. Além disso, a televisão poderia através de sua proeminente presença desnaturalizar a violência de gênero, discutir seriamente a sexualidade e cuidados necessários, enfim, exercer com responsabilidade social na sua função de educadora informal e de concessão.

O que pode perceber nesta análise é que a exposição do feminino como está sendo utilizada na mídia, em especial nos telejornais exibidos em horário nobre, tende a perpetuar a tão discutida, e problemática, dominação masculina. Sendo, portanto uma violência simbólica de gênero, pois, ela acaba por legitimar e reiterar através das práticas discursivas e visuais as representações e os valores dominantes perpetuando as desigualdades entre os gêneros. Portanto ao avaliar criticamente todos

¹⁰⁴ Disponível em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26363356> Acessado em 26/10/15

esses pontos, imagéticos e discursivos, que são construtores de uma teia de significados, de uma visão de mundo socialmente construída que historicamente tem excluído e estigmatizado as mulheres, é entender de onde vem e de que maneira se expressa a violência simbólica de gênero. Sabemos que toda relação social e toda prática é um *locus* de reprodução tanto quanto um *locus* de mudança. Os telejornais, por incorporarem elementos da realidade, podem modular, redimensionar, e recriar essa mesma realidade. Desta forma, adquirem relevância política e social tanto na construção, como na desconstrução das representações sobre nós, mulheres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e Sons. A nova cultura oral.** São Paulo. Cortez Editora, 1994.

AMARAL, Adriana; FERREIRA, Aleteia; FIEDLER, Josiany. **Blogs & Moda: efemeridade, individualismo e multiplicidade na web.** VII Simpósio da Pesquisa e Comunicação Intercom Sul, de 4 a 6 de maio de 2006. Trabalho apresentado no GT 6 – Tecnologia e Comunicação.

AQUINO, Alderlane Ribeiro. **O design da notícia:** uma proposta de interface. Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Ensino Superior FUCAPI - CESF. Manaus, 2006.

AQUINO, Agda Patrícia Pontes de. **Moda e Telejornalismo:** o papel do figurino na construção da imagem de credibilidade do jornalista de televisão. João Pessoa, 2009. 99p. Monografia (Especialização em Redação Jornalística). Universidade Potiguar. Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.

ARMES, Roy. **On Vídeo.** São Paulo: Summus Editora, 1999.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus, 2004.

ARRUDA, Lílían; BALTAR, Mariana. **Entre tramas, rendas e fuxicos:** O Figurino na Teledramaturgia da TV Globo Editora: Globo. Rio de Janeiro: 2008.

AZEVEDO LUÍNDIA, Luiza Elayne Correa; CORRADI, Analaura. **O consumo da mulher na Publicidade Turística destinada ao exterior.** Recife. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Setembro de 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1650-1.pdf> Acesso 07 de outubro de 2015.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **O animal que parou os relógios:** ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1997.

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo:** os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARDONNÈCHE, Dominique De. Espécies de espaços. In: DOMINGUES, DIANA (org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora da Universidade de São Paulo, 1979.

_____. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1999.

BARROS, Ana Tais Martins Portanova. **A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas**. Compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/365/321> Acesso 07 de outubro de 2015.

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

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

_____. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Loyola. 1996.

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

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Interação em anúncios publicitários. In: PRETI, Dino. (Org.). **Interação na fala e na escrita**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP (Projetos Paralelos-NURC/SP), vol. 5, 2002.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1960a.

_____. **O segundo sexo: a experiência vivida**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1960b.

BENETTI, Márcia. Linguagem. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 228-229.

BETTON, Gérard. **Estética do cinema**. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

BOLINGER, Dwight. **Aspects of Language. The Use and Abuse of Language Today**. Londres: Longman, 1985.

BONASIO, Valter. **Televisão**: manual de produção e direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: Modo de fazer. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.

BRAGA, João. **Historia da Moda**: uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

_____. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005, v. 1.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

_____. (Org.). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abamo, 2004.

CALEGARI, Gabrielle Hoff. **A sonorização como produtora de sentido no telejornalismo esportivo do Esporte Espetacular**. Monografia apresentada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/67257> Acesso em 05 de agosto de 2015.

CAMARGO, Roberto Gill. **Função Estética da Luz**. Sorocaba: TCM Comunicação, 2000.

CARDOSO, João Batista Freitas. **A semiótica no cenário televisivo**. São Paulo: Annablume, 2008

_____. **O Cenário Virtual – uma representação tridimensional no espaço televisivo.** Dissertação de Mestrado, São Paulo: PUC, 2002.

CARDOSO, Ruth. A cidadania em sociedades multiculturais. In: CALDEIRA (Org.). **Ruth Cardoso: obra reunida.** São Paulo: Mameluco, 2011.

CASETTI, Francesco e CHIO, Federico Di. **Análises de la Televisión: Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación.** Barcelona: Paidós, 1999.

CASTILHO, Kátia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, Josimey. Corpo. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação.** São Paulo: Paulus, 2009. p. 81-82.

COTES, Cláudia Simone, Godoy. **O estudo dos gestos vocais e corporais no telejornalismo brasileiro.** São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP, 2008. 200p. Tese apresentada ao Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP, 2008. Disponível em: <http://www.pucsp.br/liaac/download/claudiacotes.pdf> Acesso em 14 de agosto de 2015.

COUTINHO, Iluska. Lógicas de Produção do Real no Telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Televisão e Realidade.** Salvador: Edufba, 2009. p. 105-123

_____. Telejornalismo. In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação.** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

DAVIS, F. **A comunicação não-verbal.** São Paulo, Summus, 1979.

ECO, Umberto. **O Signo.** 5ª ed. Lisboa: Presença, 1997.

_____. O habito fala pelo monge. In: **Psicologia do Vestir.** Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.

FALUDI, Susan. **BACKLASH: O contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** São Paulo: Edgard Blüsher, 2006.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e pós-modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FREIRE, R. M. ; FERREIRA, L. P. ; PICCOLOTTO, L. . **Técnicas de Impostação e Comunicação Oral.** SÃO PAULO: LOYOLA, 1977.

FECHINE, Yvana. **Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro.** Revista DeSignis, N.2, Barcelona, Gedisa, 2002.

_____. **Uma proposta de abordagem sensível na TV.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Produção de Sentido nas Mídias", do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru. SP, em junho de 2004.

_____. **Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008

FERREIRA, Wilson Roberto Vieira. Escola de Palo Alto. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação.** São Paulo: Paulus, 2009. p. 122-123.

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

FILIPPINI, Rafael Baptista. **Sonoplastia: da intuição à compreensão Encontros e desencontros entre som e linguagem.** Monografia apresentada à faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2012. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/127063946/Sonoplastia-da-intuic-a-o-a-compreensa-o#scribd> Acesso em 03 de outubro de 2015.

FISCHER, G.N. **Psicologia Social do Ambiente.** Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FREIRE, Marcelo. **Linguagem radiofônica e jornalismo**. In LOGOS 35 Mediações Sonoras. Vol.18, No 02, 2o semestre 2011.

FURQUIM, Fernanda. **Sitcons: definição e historia**. Porto Alegre: FCF Editora, 1999.

GARDIN, Carlos. O corpo mídia: modos e moda. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; CASTILHO, Kathia. **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. Barueri/SP, Estação das Letras e Cores, 2008. p. 75-83.

GOMES, Itania Maria Mota. **Telejornalismo de qualidade**: pressupostos teórico- metodológicos para análise. UNIrevista, São Leopoldo, v. 1, n. 3, julho, 2006.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1979.

HAGEN, Sean. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal**: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
Disponível em:
http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/17740?locale=pt_BR Acesso em 05 de novembro de 2015.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta**. São Paulo. Martins Fontes Ed. 2005.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método Semiótico. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet faz para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006. . São Paulo: Perspectiva, 2001.

KNIGHT, Thomas S. **Charles Peirce**. New York: Washington Square Press, 1965.

- KREPS, Gary. **La comunicación en las organizaciones**. 2. ed. Wilmington, Delaware, USA: Addison-Wesley Ibero Americana, 1995.
- LANDOWSKI, Eric. Passions san nom: essais de socio-sémiotique III. Paris: PUF, 2004a. _____. “Modos de presença do visível”. In OLIVEIRA, Ana Cláudia (Org.). **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker, 2004b.
- _____. **Presenças do outro**: ensaios de sociossemiótica. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- _____. “En deçà ou au-delà des stratégies: la présence contagieuse”. In **VII Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociossemióticas**. São Paulo: Editora CPS – PUC/SP, 2001.
- _____. “Viagem às nascentes do sentido”. In SILVA, Ignácio Assis (Org.). **Corpo e sentido**: a escuta do sensível. São Paulo: Editora da Unesp, 1996.
- LAKOFF, George. **Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind**. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1987.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Ed. 34, 1999.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**: introdução à fotografia. São Paulo: Funarte; Brasiliense, 1984.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo, Editora Moderna, 1988.
- MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950-2000). Salvador: PAS/ Ianamá, 2000.
- MAZZARA, Bruno M. **Estereotipos y prejuicios**. Madrid: Acento Editorial, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. **Meios de comunicação como extensões do homem**. Cultrix: São Paulo, 1964.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de

Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MORTUORI, Carla. **RECORD vs. GLOBO – Uma ameaça ainda distante**. Disponível em

http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_65.html. Acesso em 03 de março de 2015.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers. 8 vols.** Cambridge:

Harvard University Press, 1931 - 1958. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=4GRNjbCCLEAC&printsec=frontcover&hl=pt->

[BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=4GRNjbCCLEAC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) Acesso entre: 18 fev. 2013 a nov. 2015.

_____. **Semiótica**. Trad. J. Teixeira Coelho. São Paulo: Perspectiva, 1997

_____. **Semiótica e Filosofia**. Trad. Octanny S. da Mora e Leônidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, 1972.

PENAFRIA, Manuela. **Ouvir imagens e ver sons**. Texto apresentado durante o VII ENCONTROS DE CINEMA-MÚSICA(S), realizado em dezembro de 2003, Cine Clube Faro, Portugal. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria_som_e_doc.pdf Acesso em 10 de outubro de 2015.

PETRINI, Paulo. **Um estudo crítico sobre o significado das vinhetas da Rede Globo**. Maringá. UEM, 2004.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Corpo e roupa nos discursos da aparência**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das Mídias”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2010.

PIGNATARI, Décio. **Semiótica & literatura**. 6 ed. São Paulo: Ateliê Editorial: 2004.

_____. **Informação. Linguagem. Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Campus, 2002.

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

RIBEIRO, J.H. **Jornalistas: 1937 a 1997. História da imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmeras e microfones**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.

ROCHA, Paula Melani. **A mulher jornalista no estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira..** Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-melani-mulheres-jornalistas.pdf>
Acesso em 11 de outubro de 2015.

RAWLINGS, F. **Como escolher música para filmes**. Lisboa. Diafragma, 1968.

SÁ, Nídia R. L. **Educação de Surdos: a caminho do bilingüismo**. Niterói: EduFF, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. 19ª reimp. São Paulo: Brasiliense, 2003.

_____. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thomson, 2002.

_____. **Teoria geral dos signos**. São Paulo: Pioneira, 2000.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito Além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Fernanda Mauricio da. **O Telejornalismo no Brasil e no Reino Unido: uma Análise Histórica das premissas do Jornalismo da Globo e da BBC**. Trabalho apresentado ao NP de Jornalismo do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, DF- UnB, 6 a 9 de setembro de 2006.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **Aprender Telejornalismo: produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1995. STANISLAVSKI, Constantin. **A construção da personagem**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna-Teoria Social na era dos meios de comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Vozes Editora, 2000.

VIZEU, Alfredo Eurico. **Decidindo o que é notícia:** os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

WISNIK, José Miguel. **Som e Sentido: uma outra história das músicas.** São Paulo. Companhia das Letras, 1989.