



TELEJORNALISMO E PRODUÇÃO IMAGÉTICA: UMA ANÁLISE DA TRANSFORMAÇÃO DOS PADRÕES ESTÉTICOS DOS ÂNCORAS E APRESENTADORES

Karen B. Santarem Rodrigues¹

Renata Rezende Ribeiro²

RESUMO: O objetivo deste trabalho é analisar os padrões estéticos e imagéticos no telejornalismo brasileiro, através dos âncoras e dos apresentadores, a partir da hipótese de que, apesar de todas as transformações do meio televisivo e do aumento de diversidade e inclusão, a aparência física e estética destes profissionais ainda são marcadas por características eurocêntricas, ou seja, um corpo magro, branco, de cabelo liso, etc. Além de verificar, ainda, a ausência de pessoas amarelas, indígenas, gordas, LGBTQIAPN+ em frente às câmeras nas bancadas dos telejornais nacionais. Diante dos referenciais teóricos e da análise realizada, infere-se que os corpos dos âncoras e apresentadores do telejornalismo brasileiro seguem padrões eurocêntricos, ou seja, um corpo magro e branco.

PALAVRAS-CHAVE: *Telejornalismo. Imagem. Padrões estéticos. Diversidade. Representatividade.*

¹ Jornalista e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC-UFF). E-mail: karenbsr@id.uff.br

² Professora no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC-UFF). E-mail: renatarezende@id.uff.br

ABSTRACT: The objective of this work is to analyze the aesthetic and imagery patterns in Brazilian television journalism, through the anchors and presenters, based on the hypothesis that, despite all the transformations in the medium and the increase in diversity and inclusion, the physical and aesthetic appearance of these professionals are still marked by Eurocentric characteristics, that is, a thin, white body with straight hair. In addition to analyzing the absence of yellow, indigenous, fat, LGBTQIAPN+ people in front of the cameras on the benches of national television news. In view of the theoretical references and the analysis carried out, it is inferred that the bodies of anchors and presenters of Brazilian television journalism follow Eurocentric standards, that is, a thin and white body.

KEYWORDS: *Telejournalism. Image. Aesthetic patterns. Diversity. Representativeness.*

Introdução

300

A televisão é uma mídia que organiza e atua sobre as percepções dos indivíduos, reconfigurando e tecendo suas expectativas. “Trata-se de abordar a televisão em sua nova economia, reconhecendo sua força transformadora do imaginário cultural, particularmente no Brasil. Uma economia que é ao mesmo tempo cultural, política, estética e também afetiva” (REZENDE, 2016: 71).

Apesar do telejornalismo brasileiro estar mudando “sua forma de apresentação e renovando sua imagem” (CIRNE, 2015: 26), através da inserção de âncoras e apresentadores negros e negras nos últimos anos, “ainda não é possível afirmar que os telejornais contemplam uma diversidade na cobertura e uma maior presença de profissionais que não se enquadram nos padrões pré-estabelecidos de eurocentrismo” (GALDINO, 2018: 18). Este trabalho se propõe a problematizar os padrões estéticos e imagéticos no telejornalismo brasileiro, através da presença na tela dos âncoras e apresentadores, tensionando que, apesar de todas as transformações da mídia televisiva e do aumento de diversidade e inclusão, a aparência física e estética destes profissionais

ainda é marcada por características eurocêntricas, ou seja, um corpo magro, branco, de cabelo liso. Verificamos, ainda, a ausência de pessoas amarelas, indígenas, gordas, LGBTQIAPN+ em frente às câmeras, principalmente nas bancadas dos telejornais nacionais.

Realizamos uma breve contextualização do telejornalismo no Brasil, numa proposta de situar a televisão como um meio de produção imagética, marcando as transformações tecnológicas que permitiram uma expansão da presença do aparelho televisivo no cotidiano dos espectadores. Além de apontar a função e a importância do gênero telejornalismo na vida ordinária.

Na sequência, apresentamos a análise dos padrões estéticos e imagéticos presentes no telejornalismo brasileiro, a partir das observações das tipologias performáticas e objetivas, especificamente dos âncoras e apresentadores dos principais telejornais nacionais de cinco emissoras de televisão, as quais fazem parte dos conglomerados midiáticos³ e têm os maiores alcances nas residências brasileiras: Rede Globo, SBT, Rede Record, Rede Bandeirantes e RedeTV!.

BREVE CONTEXTO E TRANSFORMAÇÕES: O TELEJORNALISMO NO BRASIL

Desde o começo de seu desenvolvimento no Brasil, nos anos 1950, a televisão se configurou a partir de um aparelho de imagem moderno: a tela, espaço que, aos poucos, se constituiu como indústria de entretenimento e de informação, a qual inclui o telejornalismo.

Especialmente no contexto brasileiro, a televisão, enquanto dispositivo cotidiano, foi se tornando íntima do espectador, abolindo a distância fixa que pertencia ao mundo das artes visuais e tornando o telespectador parte de sua composição narrativa. No gênero telejornalismo, as temáticas passaram a envolver os movimentos

³ Os conglomerados midiáticos são caracterizados pelo controle de um único grupo empresarial sobre jornais, revistas, rádios e televisão em um mesmo mercado.

da vida social até às questões mais subterrâneas, inclusive por vezes exageradas, revelando os dramas ordinários.

A mídia televisiva se popularizou no Brasil principalmente a partir dos anos 1970, quando a própria estrutura de sua produção a enfatiza como um meio de comunicação do dia-a-dia, na medida do próprio desenvolvimento das tecnologias de imagem e de som e também das narrativas, com a presença de pessoas comuns, anônimas, fornecendo ênfase ao real, seja por meio de histórias e problemas vividos pelos sujeitos – em conteúdos informativos ou a partir da construção da “realidade” em narrativas fictícias -, seja na exploração da vida privada, adentrando a intimidade. Nesse cenário, a televisão e o telejornalismo se fundem à vida cotidiana, “que não está fora da história, mas no centro do acontecer histórico: é a verdadeira essência da substância social” (HELLER, 2008: 34).

Para Wolton, a TV representa “a passagem da uma convivência de comunidades no seio de um espaço público, mais ou menos amplo para o reino de um espaço público ampliado, dominado pela regra mediática” (WOLTON, 1999: 222-223). Para Barbero (1999, p. 19), a visualidade eletrônica é parte constitutiva da cultura, a qual é, “ao mesmo tempo, entorno tecnológico e novo imaginário”.

No panorama digital do século XXI, quando as telas de TV se expandem para outras diferentes espacialidades, como computadores, *tablets*, *smartphones*, entre outros dispositivos móveis e portáteis, a força televisiva na produção do imaginário parece se ampliar. Segundo Lipovetsky (2009:11), “em menos de meio século, passamos da tela-espetáculo à tela-comunicação, de uma tela ao tudo-tela”.

Um dos traços importantes que marca o enquadramento televisivo é a própria linguagem visual, com predomínio icônico, característica que contribuiu para a dimensão da sedução imagética e da magia das aparências (LIPOVETSKY, 2009). Desta forma, é importante ressaltar a evidente contribuição da produção televisiva na formação do imaginário contemporâneo, o que inclui a imagem de telejornalistas no cotidiano brasileiro. Afinal, o imaginário tem algo de imponderável. “É o estado de espírito que caracteriza um povo. Não se trata de algo simplesmente racional,

sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração" (MAFFESOLI, 2001: 75).

A história do telejornalismo brasileiro se funde com a da própria televisão enquanto tecnologia e meio de comunicação. A materialidade do artefato, o desenvolvimento imagético e sonoro, bem como as diferentes características técnicas transformaram, ao longo dos anos, os modos de produção, permitindo diversos experimentos e narrativas.

Neste início de século XXI, a estética televisiva acompanha a cultura da convergência midiática e centra-se nas sensações, nas simultaneidades, na imediatez e no impacto, principalmente visual, que foi acentuado pelas diferentes mudanças no próprio engenho da tela (LED, OLED, LCD, QLED, Nanocell, etc). As montagens tornaram-se cada vez mais aceleradas e os efeitos especiais mais potentes. A velocidade dos fluxos e a simultaneidade de camadas visuais possibilitou a diluição das estruturas mais rígidas, principalmente das formas de narrar. As experiências estéticas intensificaram as propostas sensoriais e de sentimentos que objetivam alcançar diretamente o corpo do espectador, destacando uma incorporação progressiva do ato de ver e também de pertencer à própria narrativa⁴.

Mesmo quando situamos as diferentes transformações do meio televisivo, que atravessam experimentações narrativas e transformações tecnológicas que atingiram todos os domínios produtivos dessa mídia, da produção à distribuição, das formas de narrar aos modelos estéticos, fazendo emergir um novo regime televisivo, os corpos midiáticos dos apresentadores e âncoras dos principais telejornais brasileiros ainda parecem seguir padrões eurocêntricos, como detalhamos a seguir.

⁴ Aqui podemos situar, por exemplo, a participação cada vez mais efetiva do telespectador como produtor amador. Ver mais in: BECKER, Beatriz. *Televisão e telejornalismo: transições*. Estação das Letras e Cores, 2022.

ANÁLISE DOS PADRÕES ESTÉTICOS E ESTEREÓTIPOS DOS TELEJORNALISTAS

Com o intuito de verificar a existência de um padrão estético “naturalizado” aos jornalistas em telejornais, foram selecionados doze profissionais, âncoras e apresentadores, que fazem parte do quadro fixo de apresentação dos cinco telejornais nacionais principais de cinco emissoras de televisão do país. Os jornalistas selecionados foram: William Bonner e Renata Vasconcellos, do Jornal Nacional (Rede Globo); Marcelo Torres e Márcia Dantas, do SBT Brasil (Sistema Brasileiro de Televisão); Celso Freitas e Cristina Lemos, do Jornal da Record (Rede Record); Eduardo Oinegue, Lana Canepa, Paloma Tocci, Joana Treptow, do Jornal da Band (Rede Bandeirantes); Augusto Xavier e Érica Reis⁵, da RedeTV News (RedeTV!). Estas emissoras foram escolhidas para análise pois, além de cinco delas fazerem parte dos conglomerados midiáticos, têm os maiores alcances de audiência nas residências brasileiras (em ordem decrescente): a Rede Globo, com 98,6% de alcance, o Sistema Brasileiro de Televisão, com 85,7%, a Rede Record, com 79,3%, a Rede Bandeirantes, com 64,1%, e a RedeTV!, com 56,7% (CABRAL, 2020).

304

Usamos como método para o recorte supracitado, a análise de conteúdo, a partir das observações das tipologias performáticas e objetivas, que, segundo Bardin, é um conjunto de técnicas de análises das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente de recepção) que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (BARDIN, 2016: 44).

Primeiramente, foram analisados os âncoras do “Jornal Nacional”, William Bonner⁶ e Renata Vasconcellos⁷. “O Jornal Nacional é o principal telejornal em rede da

⁵ A análise desta pesquisa foi realizada antes do pedido de demissão da emissora pela jornalista Érica Reis. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CnhmcF0qQr7/?hl=pt>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

⁶ William Bonner assumiu a bancada do “Jornal Nacional” em 1996. Em 1999, Bonner absorveu a função de editor-chefe do JN e segue até hoje como âncora do telejornal. (MEMÓRIA GLOBO, 2021)

Globo. Tem cerca de 45 minutos de duração e faz a cobertura completa das principais notícias no Brasil e no mundo” (MEMÓRIA GLOBO, 2021). O programa é exibido de segunda-feira a sábado, das 20h30 às 21h15. Ambos os âncoras do “Jornal Nacional” são brancos, estão em um relacionamento conjugal heterossexual, são cisgêneros e tem uma aparência física considerada magra. Ainda percebe-se que há uma diferença de idade, sendo William Bonner 8 anos mais velho do que Renata Vasconcellos.

Figura 2 - Jornal Nacional: William Bonner e Renata Vasconcellos



Fonte: Metr p les.

Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/saiba-qual-o-valor-do-salario-de-bonner-e-renata-vasconcellos-na-globo>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

Em seguida, foram analisados os apresentadores do “SBT Brasil”, Marcelo Torres⁸ e Márcia Dantas⁹. O “SBT Brasil”   exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão, de segunda-feira a sábado, das 19h45 às 20h30. A partir das observa es das

⁷ Renata Vasconcellos, a partir de 2005, passou a ser apresentadora substituta do “Jornal Nacional”, cuja bancada assumiu oficialmente, ao lado de William Bonner, em 2014, assim como a fun o de editora-executiva do programa. (MEMÓRIA GLOBO, 2021)

⁸ Marcelo Torres, em dezembro de 2020, passou a apresentar o “SBT Brasil” interinamente por conta do afastamento de Carlos Nascimento em decorrência da pandemia da Covid-19. No mesmo período, ele foi efetivado como apresentador fixo.

⁹ Márcia Dantas assumiu a bancada do “SBT Brasil” em setembro de 2020, após afastamento de Rachel Sheherazade.

tipologias performáticas e objetivas, notou-se que ambos os apresentadores são brancos, cisgêneros, têm a aparência física magra e não são casados, apesar de Márcia Dantas estar em um relacionamento amoroso heterossexual, no momento da coleta de dados. Há uma diferença de idade de 12 anos entre os apresentadores, sendo Marcelo Torres o mais velho.

Figura 3 - SBT Brasil: Marcelo Torres e Márcia Dantas



Fonte: Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/forumeplay/status/1303143054392647680?s=20>>.

Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

Em um terceiro momento, os apresentadores Celso Freitas¹⁰ e Christina Lemos¹¹, do “Jornal da Record”, foram analisados. O programa é exibido pela Rede Record, de segunda-feira a sábado, das 19h45 às 21h. A partir das observações, foi verificado que ambos são brancos, heterossexuais, cisgêneros, têm aparência física considerada magra e, apesar da diferença de 10 anos de idade, eles têm mais de 50 anos, sendo Christina Lemos a apresentadora mais velha em comparação às outras profissionais analisadas nesta pesquisa. Apesar das semelhanças, nota-se que há uma diferença entre os dois na participação do telejornal. Segundo pesquisas realizadas

¹⁰ Celso Freitas apresenta o “Jornal da Record” desde 2006.

¹¹ Christina Lemos é apresentadora titular do “Jornal da Record” em junho de 2020. “Especializada em política, testemunhou os principais acontecimentos da vida pública dos últimos 20 anos na esfera federal.” (R7, 2021)

através das biografias da rede social¹² do jornalista e do site do R7¹³ Celso Freitas é considerado âncora¹⁴, enquanto Christina Lemos é apresentadora.

Figura 4 - Jornal da Record: Celso Freitas e Christina Lemos



Fonte: Edu Moraes/Divulgação Record TV. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

307

Em seguida, apresentam-se as características dos jornalistas Eduardo Oinegue¹⁵, Lana Canepa¹⁶, Paloma Tocci¹⁷, Joana Treptow¹⁸, do “Jornal da Band”, exibido pela

¹² Instagram de Celso Freitas. Disponível em: <<https://www.instagram.com/celsofreitasoficial/>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

¹³ Blog de Christina Lemos no R7. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/prisma/christina-lemos>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

¹⁴ O âncora, além de apresentador, também cumpre a função de editor-chefe do jornal.

¹⁵ Eduardo Oinegue foi anunciado, em fevereiro de 2019, como novo apresentador do “Jornal da Band” após a morte de Ricardo Boechat. Ele assumiu em 13 de maio.

¹⁶ Lana Canepa assumiu a bancada do “Jornal da Band” em 2019, após a morte de Ricardo Boechat.

¹⁷ “Dividui a bancada do Jornal da Band com Ricardo Boechat entre 2014 e janeiro de 2019. Em 1º de fevereiro anunciou que não continuaria na Band, após negociação infrutífera de contrato. Em 17 de maio de 2019, por meio de seu perfil no Instagram, anunciou seu retorno à Band, para trabalhar na editoria de esportes e depois passou a apresentar o Jornal da Band, ao lado de Eduardo Oinegue”. Disponível em: <<https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/paloma-tocci-5323>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

¹⁸ Joana Treptow passou a ser a garota do tempo no Jornal da Band em 2020.

Rede Bandeirantes, de segunda-feira a sábado, das 19h20 às 20h30. Notou-se que os quatro são brancos, heterossexuais, cisgêneros e possuem aparências físicas consideradas magras. Eduardo Oinegue é o mais velho dos apresentadores, com 58 anos, enquanto Lana Canepa tem 36 anos, Paloma Tocci, 40 anos, e Joana Treptow, 29 anos¹⁹.

Figura 5 - Jornal da Band: Eduardo Oinegue, Lana Canepa, Paloma Tocci e Joana Treptow



Fonte: Reprodução/Band. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

308

Por fim, foram analisados Augusto Xavier²⁰ e Érica Reis²¹, do jornal “RedeTV News”, exibido pela RedeTV!, de segunda a sexta-feira, das 19h30 às 20h30, e aos sábados de 21h30 às 22h10. A partir das características objetivas e performáticas dos profissionais, notou-se que ambos são brancos, cisgêneros, heterossexuais, possuem aparências físicas magras e participam do telejornal como apresentadores. Érica Reis não tem a idade divulgada, mas Augusto Xavier, que tem 60 anos²², aparenta ser mais velho.

¹⁹ Idades consideradas no dia 22 de janeiro de 2023.

²⁰ Augusto Xavier foi o primeiro apresentador do “Jornal da TV!”, atual “RedeTV News”, em 15 de novembro de 1999. Ficou na bancada do jornal até 2005, quando foi remanejado para o “TV Esporte Notícias”. Em 2008, voltou a apresentar o “RedeTV News”, onde está até hoje.

²¹ Érica Reis pediu demissão da RedeTV! no dia 16 de janeiro de 2023, após 10 anos trabalhando na emissora. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/erica-reis-pede-demissao-da-redetv-apos-10-anos-na-emissora>>. Acesso em : 22 de janeiro de 2023.

²² Idade considerada no dia 22 de janeiro de 2023.

Figura 6 - RedeTV News: Augusto Xavier e Érica Reis



Fonte: Reprodução/RedeTV!. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

RESULTADOS DA ANÁLISE

Ao analisar as tipologias objetivas (raça, aparência física, cabelo, idade) e as tipologias performáticas (orientação sexual, gênero) dos jornalistas selecionados, verifica-se que todos são brancos e há uma ausência de pessoas negras no quadro fixo de apresentação destes programas telejornalísticos, o que ressalta a norma branca eurocêntrica de beleza. “A mídia não dá o mesmo espaço para homens e mulheres, tampouco para homens e mulheres negras. Os brancos, independentemente do sexo, são a maioria” (PORTAL, 2016: 14). Além disso, a falta de negros nas bancadas dos telejornais nacionais diariamente, indica a presença do racismo na televisão e a precariedade de negros no jornalismo. Segundo uma pesquisa realizada em 2012 por Alexandre Bergamo, Jacques Mick e Samuel Lima (2013), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), apenas 5% dos jornalistas do Brasil são pretos e 18% são pardos (BERGAMO; MICK; LIMA, 2013: 9).

Como apontado por Djamila Ribeiro, “apesar de termos avançado nas últimas décadas, não podemos achar que foi suficiente. Não basta ter um ou dois negros na

empresa, na TV [...]” (RIBEIRO, 2019: 42). “A população negra é a maioria no país, quase 56%, o que torna o Brasil a maior nação negra fora da África” (RIBEIRO, 2019: 32), ou seja, parafraseando Ribeiro, a ausência de pessoas negras em espaços de poder, como as redações jornalísticas, deveria ser algo chocante, além de indicar a presença do racismo estruturado socialmente. “Hoje, o perfil dos jornalistas é composto de “[...] jovens, brancos, de classes médias, mulheres, multiplataformas, com vínculo de emprego precário, curso superior completo e pós-graduação em nível de especialização” (FIGARO, 2013: 46 *apud.* OLIVEIRA; CASAGRANDE; LUZ, 2020: 258).

Outra questão que se nota nas tipologias objetivas é a idade dos profissionais. Em todos os cinco telejornais analisados, o âncora do gênero masculino é mais velho do que a mulher e aparenta a idade que tem, através dos fios brancos e pouco cabelo, enquanto a mulher, mais nova, tende a parecer ainda mais jovem do que a sua idade, devido à maquiagem, o penteado do cabelo e o vestuário. As mulheres, principalmente na televisão, são as que mais sofrem etarismo.

Palmore (2004: 2) define etarismo (“ageism”, “idadismo”, “velhismo”) como “[...] o último dos preconceitos, a derradeira discriminação, a mais cruel rejeição.” (tradução nossa), sendo o preconceito contra pessoas idosas não só pelos mais jovens, como pelos próprios idosos, manifestando-se em “[...] uma série de estereótipos que ajudavam a sustentar a sinonímia entre velhice e cansaço, falta de interesse sexual, lentidão intelectual e falta de capacidade para aprender improdutividade e mal-humor [sic]” (IACUB *apud* SILVA; PEDROSA, 2008: 229)

Naomi Wolf explica que, através da maquiagem, a juventude e a beleza tornam a apresentadora um ser genérico, um “clone de âncora”, substituível. “Com a beleza e a juventude, a mulher que trabalha fica visível, mas insegura, com a percepção de que suas qualidades não lhe são exclusivas. Contudo, sem essas qualidades, ela se torna invisível e sai literalmente “do ar” (WOLF, 2020: 59).

O último ponto das características objetivas analisadas é a aparência física, na maioria das vezes magra. Não há corpos gordos nas bancadas dos telejornais nacionais das emissoras de televisão, o que corrobora com a imagem padronizada que a indústria de beleza capitalista molda. “O corpo estético tende a ser pensado como um objeto que se faz por merecer por um trabalho permanente de si sobre si e que podemos embelezar

por diferentes tipos de intervenções técnicas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015: 352).

Também nota-se que não há pessoas transgêneros, travestis ou homossexuais nas bancadas dos telejornais nacionais das seis principais emissoras brasileiras de televisão. Segundo Judith Butler (2017), as instituições (família, *media*, escola, igreja) criam as normatizações e categorizações de sexo/gênero, regulam-nas, negam e, por fim, as excluem. Com isso, verifica-se que há uma falta de representação e um silenciamento do grupo LGBTQIAPN+ no telejornalismo brasileiro.

Esta imagem dos âncoras e dos apresentadores que o telejornalismo dos conglomerados midiáticos apresenta é reflexo de padrões estéticos construídos em decorrência da colonização europeia na América Latina. Sendo o Brasil um país multicultural, com uma população com diferentes raças, etnias, corpos, deveria ser representado na televisão de tal modo através da imagem destes atores sociais. No entanto, o padrão estético que ainda é apresentado na mídia hegemônica é majoritariamente branco, de cabelos lisos, de corpos magros e cisgênero, o que reforça estereótipos. Como consequência, anula a ideia de representatividade e reforça preconceitos de uma sociedade machista, patriarcal, racista, xenofóbica e homofóbica, além de espetacularizar e reafirmar estereótipos. “[...] As ideologias, hoje conhecidas como xenofobia, neoliberalismo, divisão internacional do trabalho, opressão patriarcal de gênero e discriminação racial, vieram, com certeza, a partir do século XV, com os “descobrimientos” da Europa” (AKOTIRENE, 2019: 23).

Além disso, como afirma Braga, o corpo midiático é consequência de um trabalho de agendamento e de tematização, via operações enunciativas que são fundamentalmente discursivas. Esses processos de apropriação midiática da corporeidade possuem uma dimensão social – a exemplo de qualquer outro processo midiático (BRAGA, 2015: 4). A partir disso, infere-se que o corpo midiático atual não representa uma parcela da sociedade brasileira, que possui diferentes raças, etnias, gênero e corpos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar, neste artigo, os padrões estéticos e estereótipos presentes no telejornalismo brasileiro, através dos apresentadores dos telejornais nacionais, como produtos imagéticos de um cotidiano midiático, verifica-se que a indústria cultural, principalmente a televisão, estabelecem um modelo de corpo ideal, que não representa todos os corpos. O modelo estético da mídia tem características eurocêntricas, herdadas da colonização latino-americana pelos europeus, em que a beleza só é vista em pessoas brancas, magras, com cabelos lisos e jovens.

Mesmo com todas as mudanças que a televisão e o telejornalismo já passaram em relação à diversidade, ainda há um longo caminho a ser percorrido. Ainda são poucas as pessoas negras, pardas, amarelas, gordas e LGBTQIAPN+ nas redações dos programas telejornalísticos e são ausentes em frentes às câmeras dos telejornais nacionais principais e de maior audiência das emissoras. Verifica-se uma maior pluralidade de corpos, raças, etnias e gênero na reportagem dos telejornais, no entanto, não é visto nas bancadas e no quadro fixo de apresentação dos telejornais.

A falta de representação imagética no telejornalismo e em outros meios de comunicação afeta o modo de consumo do indivíduo, o que interfere na sua vida cotidiana através da busca pelo corpo dito como ideal pela mídia. Deste modo, compreende-se que, no século XXI, na sociedade pós-moderna, mesmo com as transformações tecnológicas, a proliferação das mídias digitais e o desenvolvimento de diversas plataformas midiáticas, como o streaming, os corpos dos âncoras e apresentadores dos telejornais ainda seguem os padrões eurocêntricos.

Referências

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Feminismos Plurais, Pólen, 2019. 152 p.

BARBERO, Martín. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 2016.
- BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo**: transições. Estação das Letras e Cores, 2022.
- BERGAMO, Alexandre; MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro**: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico (2012). Insular. Florianópolis, 2013.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.
- CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural**: análise das estratégias dos grandes conglomerados. RJ: 2020.
- CIRNE, Livia. As renovações nas formas narrativas e de apresentação dos telejornais como lógicas de aproximação com os telespectadores. **Revista Latino-americana de Jornalismo**, v.2, n.1, jan-jun.2015.
- GALDINO, Melissa C. C. **As mulheres negras no telejornalismo brasileiro - uma perspectiva paulista**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2018.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era da hipermodernidade. Porto Alegre, Sulina, 2009.
- Maffesoli, M. (2008). Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, 8(15), 74–82. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.15.3123>. Acesso em: 27/05/2023.
- PORTAL, Sara Raquel Pinheiro. **A cor da Mídia Televisiva**: A (in) visibilidade da jornalista negra na televisão paraense. Goiânia: Intercom. 2016.
- REZENDE, R. A potência imagética e a televisão do século XXI: algumas reflexões. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, vol. 3, número 6, 2016. pp. 69-76.
- WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 9ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.
- WOLTON, Dominique. **Elogio ao Grande Público**. Editora Ática, SP: 1996.