



O perfil do apresentador de telejornal: uma análise dos profissionais do Bom Dia Rio Grande sobre características de linguagem verbal e não-verbal¹

Carine Luísa KLEIN²
Donesca CALLIGARO³
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

Resumo

Identificar quais são as características de postura corporal, visual e verbal do apresentador de telejornal, encontradas no programa Bom Dia Rio Grande, da RBS TV, é o objetivo deste estudo. Antes, porém, de especificar as particularidades das linguagens em estudo, foi preciso compreender as características da linguagem televisiva. A partir deste entendimento, fez-se um estudo sobre a postura profissional dos apresentadores de televisão. Durante esta pesquisa preliminar, foi possível observar que a linguagem no telejornal opera sob o domínio e a utilização de palavras coloquiais, tornando a notícia acessível ao maior número de pessoas, já que facilita a compreensão da informação. Da mesma forma, foi possível constatar que a presença dos apresentadores tende a neutralidade, a fim de não competir com a notícia.

Palavras-chave: TV; telejornal; apresentador; linguagem

1. Linguagem Televisiva – como a TV se comunica

A televisão é um dos veículos de comunicação mais populares no mundo, conforme afirma Rezende (2000). Desde que chegou ao Brasil, em 1950, a televisão tem conquistado um espaço de importância na vida dos brasileiros, com o passar dos anos, se tornando a principal fonte de informação. Hagen (2008, p. 29) lembra que “as pessoas, agora, elegem os telejornais como prioritários para saber o que se passa a sua volta”.

Rezende (2000) diz que a televisão utiliza uma linguagem mais próxima do modo natural de falar, porém, Pretti apud Rezende (2000) aponta que a linguagem televisiva é composta de um caráter híbrido, ora se aproxima da língua escrita ora da falada. O autor garante que o estilo coloquial é o mais utilizado pela televisão, pois atinge um maior número de telespectadores – independente da classe social e dos

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Feevale, email: carineklein@feevale.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Feevale, email: donesca@feevale.br.



conhecimentos individuais de cada um. Sobre isto, Maciel (1995) comenta que esta característica contribui para que a comunicação ocorra de imediato, já que a informação não é repetida. O autor explica que o veículo “[...] exige uma linguagem conversada, coloquial. O que significa a utilização de uma linguagem simples, direta, objetiva, com a maior clareza possível”. (MACIEL, 1995, p. 31)

Mesmo sendo definida como linguagem coloquial, Zanchetta Júnior (2004) destaca que tal característica da televisão não deve ser confundida com a linguagem falada. Com isto, o autor garante que a comunicação na TV segue o estilo popular, mas o texto é pensado e estruturado de forma que facilite a leitura dos apresentadores.

Para um entendimento do telespectador, o texto na televisão deve ser claro, preciso, simples e objetivo, como descrevem Barbeiro e Lima (2002). A clareza da informação é necessária devido a atenção do público que, muitas vezes, pode não estar totalmente direcionada para o que está sendo transmitido, conforme Rezende (2000). Estas características foram classificadas com o propósito de permitir a compreensão imediata do telespectador.

Ainda, conforme Rezende (2000), na produção de um texto para TV, o jornalista deve dar prioridade às palavras mais conhecidas e precisas em seu significado, evitando a utilização daquelas que, pelo sentido duplo, possam confundir o telespectador. Polito (2006) diz que a melhor forma de atingir o público é utilizando a linguagem dele. Paternostro (1999, p. 72) acredita que, no telejornalismo, além do texto, a preocupação é fazer com ele e a imagem sejam complementares, “[...] ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado ou não tem razão de existir, perde sua função”. Zanchetta Júnior (2004) conclui que o texto na televisão exerce as funções de orientação e síntese daquilo que é apresentado através de imagens.

A imagem televisiva é repleta de significados, como defende Jespers (1998, p. 70) ao afirmar que ela “[...] é o resultado de uma série de escolhas e de modificações [...]”, considerando que as imagens exibidas são provenientes de uma seleção, obedecendo a hierarquização da informação, o enquadramento da câmera e outras interferências.

Arbex Jr. (2001, p. 53) complementa dizendo que “[...] no caso do telenoticiário, as imagens reiteram uma certa percepção do mundo [...]. O que se fixa, na memória do telespectador são flashes”. Assim, Paternostro (1999, p. 72) conclui que uma imagem, forte, “[...] é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção”.



2. Equipe - do planejamento à apresentação da notícia

Até chegar ao resultado do trabalho assistido na televisão, uma numerosa equipe de profissionais se envolve na produção e execução das matérias jornalísticas. Maciel (1995) comenta sobre a estrutura básica de equipe:

Uma parte é a produção, que envolve repórteres, pauteiros e produtores. Essa divisão, chefiada pelo Chefe de Reportagem, tem a função básica de abastecer o veículo de notícias e reportagens. Outra parte é a edição, que no caso da televisão envolve editores de texto e editores de imagens. Chefiada pelo Chefe de Redação, esta divisão tem a função de fazer a finalização, editar as notícias e reportagens trazidas pelos repórteres, dando a elas a forma com que serão entregues aos telespectadores (MACIEL, 1995, p. 28)

Na equipe de TV há, também, o apresentador, que tem um papel importante diante do público. Mesmo não sendo “a estrela” da televisão, é o rosto mais conhecido dos telespectadores, segundo Barbeiro e Lima (2002). Por isto, os apresentadores precisam tomar alguns cuidados, já que na televisão é comum que os gestos, os movimentos e as falas sejam potencializados, como lembra Maciel (1995).

O autor afirma que na apresentação é preciso conquistar o público que assiste o telejornal. Além da credibilidade, os profissionais do jornalismo que trabalham diante das câmeras criam uma relação de intimidade com o público espectador. Embora não sejam a principal atração do telejornal, os apresentadores acabam se tornando alvo da atenção dos telespectadores. Hagen (2008) diz que isto ocorre, pois a importância da TV para os brasileiros resultou em um status projetador de admiração para o público. Becker (2005) também destaca esta relação de intimidade entre apresentador e espectador, ao afirmar que “[...] para os telespectadores solitários, ele (apresentador) torna-se familiar, um companheiro” (BECKER, 2005, p. 85).

A expressão facial e a postura corporal contribuem para a conquista (empatia e credibilidade) do público. Davis (1979) garante que o comportamento das pessoas pode revelar opiniões e características pessoais, antes mesmo de serem manifestadas verbalmente. A autora exemplifica que quando houver um grupo de amigos ou pessoas que estiverem de acordo, a postura e os gestos poderão ser similares e/ou harmônicos entre os indivíduos.



As características de postura dos apresentadores atingem o público que assiste ao telejornal. Rezende (2000) explica que a linguagem televisiva propicia que o telespectador se sinta íntimo e conhecido dos profissionais que trabalham neste veículo. Sobre isto, Maciel (1995) afirma que esta relação sai do campo da televisão e se torna real. Muitas vezes, os jornalistas de TV são reconhecidos pelo público que os assiste, assim, se tornando “personalidades públicas”.

A imagem do apresentador para o público é descrita por Jaspers (1998, p. 180), como “[...] uma pessoa agradável, educada e não agressiva”. O autor destaca que, antes de qualquer característica, o profissional precisa estar “[...] atento às necessidades do público”. (JESPERS, 1998, p. 181).

Assim como a fala, os gestos também ganham destaque e importância na linguagem televisiva. A comunicação não-verbal, muitas vezes, passa despercebida aos olhos dos telespectadores. Becker (2005) relaciona esta desatenção – à comunicação visual – à crença popular de comunicação ser, somente, oral e escrita:

Pela própria história, temos um vício de acreditar que as únicas formas de conhecimento, de saber e de interpretação, são aquelas veiculadas pela língua verbal, oral ou escrita. Estamos tão acostumados a nos comunicar usando a língua materna, a língua que falamos, o português, que tendemos a esquecer de que esta não é a única forma de linguagem que somos capazes de produzir para nos comunicar, existem simultaneamente uma enorme variedade de outras linguagens, que também se constituem em sistemas sociais e históricos de representação do mundo. As linguagens não-verbais não são complementares. Fazem igualmente parte do nosso dia-a-dia e constituem modalidade de exercício da linguagem. (BECKER, 2005, p. 63)

Da mesma forma, Davis (1979, p. 178) diz que “alguns cientistas afirmam que sem os elementos não-verbais, a troca de mensagens verbais seria impossível”. A autora utiliza esta afirmação para revelar a importância da linguagem corporal durante uma conversa interpessoal. Este favorecimento se dá através da gesticulação, que é norteadada pela naturalidade, conforme Polito (2006).

A linguagem corporal é composta, portanto, pelos gestos que acompanham ou não a linguagem oral. De acordo com Davis (1979), os gestos têm muitos significados na comunicação.



A maioria das pessoas percebe a gesticulação alheia, mas, em geral, ignora-a, não lhe atribuindo nenhum sentido. Contudo, esses gestos comunicam. Às vezes, eles ajudam a esclarecer, quando a mensagem verbal não é muito clara. Em outros momentos, eles revelam, de modo involuntário, as emoções (DAVIS, 1979, p. 83)

A autora conclui, então, que a maioria dos gestos, que está presente nas conversas diárias, está vinculada a um discurso, como uma forma de ilustrar ou destacar o que se diz.

A voz também tem significados na interpretação da notícia. Ao ler um texto, Maciel (1995) afirma que o apresentador encontrará diversas formas de dicção: ele pode falar de uma forma gritada ou sussurrada, rápida ou muito devagar. A característica da TV de ser coloquial exige que o apresentador simule o tom de uma conversa, nem gritando nem sussurrando, conforme o autor.

O ritmo de leitura contribui para provocar ou não a empatia do público. Por isto, algumas palavras são destacadas enquanto faladas. Além de dar ritmo à fala, a oscilação no tom da voz, também, desperta o interesse do telespectador, de acordo com Maciel (1995). O autor destaca que o apresentador pode utilizar quatro recursos vocais, para enfatizar algumas palavras ou frases. Pode-se utilizar uma pausa antes da palavra ou da frase; uma variação no volume da voz; uma variação no tom da voz; e uma variação no ritmo da palavra ou da frase.

Já Jespers (1998) define a velocidade ideal da leitura:

Um ritmo de locução superior a 150 palavras por minuto (ou seja 2 ou 3 palavras por segundo) perturba a audição e a compreensão [...] Contudo, um ritmo mais rápido não incomoda de modo significativo os ouvintes, se a locução for viva e familiar [...] (JESPERS, 1998, p. 115).

Dividindo a opinião, Maciel (1995) explica que não há um ritmo específico para a apresentação de telejornais. A característica dependerá de cada apresentador. “Cada pessoa e cada assunto terão sua velocidade própria, que dependerá da capacidade de respiração, da emoção, da clareza da pronúncia e da mensagem transmitida” (POLITO, 2006, p. 83). Ritmo, dicção e velocidade são características que contribuem para uma boa fala durante a apresentação, para isto, Polito (2006) recomenda aproveitar as características de cada profissional.



Além da voz, Maciel (1995) diz que o apresentador precisa conquistar o público que o assiste, transmitindo empatia e confiança, o que pode ser conquistado com o olhar direto para o público, ou para a lente da câmera. Polito (2006) explica que na televisão o olhar do apresentador mantém um contato direto com telespectador. Ao olhar diretamente para a lente da câmera, é como se o profissional estivesse conversando diretamente com o público. Davis (1979, p. 77) revela que o olhar possui muitos significados nas ações corriqueiras, sendo “[...] talvez a forma mais sutil da linguagem física”.

Jespers (1998, p. 122) acredita que o conjunto das características do apresentador proporciona uma melhor transmissão de informação; “o jornalista tem apenas uma única oportunidade de ‘fazer passar’ a sua mensagem virtual. É preciso que tudo nele (atitude, voz, rosto) contribua para otimizar a transmissão da mensagem real”.

O mais importante em um telejornal é a informação transmitida durante o programa, porém, a roupa também ganha um papel de destaque no telejornalismo. O figurino daqueles que aparecem na televisão pode influenciar diretamente na informação, pois atinge a concentração do telespectador. Yorke (1998) conta que uma blusa de babados, um decote mais ousado ou um desenho diferente da gravata, pode ser motivo de distração das pessoas que assistem TV, tirando a atenção daquilo que está sendo dito. Sendo assim, é essencial que a roupa do apresentador seja discreta e apropriada, como lembra Yorke (1998).

O autor, ainda, afirma que não há uma regra definida quanto a roupa adequada para a apresentação de telejornal, possibilitando – assim – que cada programa determine o seu próprio estilo. Quanto aos acessórios, também, não há uma regra específica, mas Polito (2006) conta que o indicado é evitar os brilhantes, como brincos, anéis e pulseiras que reflitam a luz e sejam barulhentos, que podem distrair o telespectador. Os adereços extravagantes podem prejudicar o trabalho do apresentador. Yorke (1998, p. 50) comenta que “se for pouco convencional, certamente ficará entre as palavras do repórter e o público, que rapidamente identifica mudanças no estilo e na cor”.

3. RBS TV e Bom Dia Rio Grande

A RBS TV foi fundada no dia 31 de agosto de 1957, em Porto Alegre, por Maurício Sirotsky Sobrinho. Além de ser pioneira no país, com o modelo regional (com atrações produzidas e voltadas para o público local), é a mais antiga afiliada da Rede



Globo. De acordo com Hinerasky (2008) a RBS TV (Rede Brasil Sul de Televisão) destina 10% do que exibe à produção regional. A autora explica que “[...] a emissora é uma instituição que tem considerável inserção no contexto cultural gaúcho, pois dá a ‘cor local’ na grade de uma Rede nacional” (HINERASKY, 2008, p. 5).

Hoje, o Grupo RBS conta com a colaboração de 5,7 mil empregados e, ainda, possui sucursais multimídias e escritórios comerciais em outros estados brasileiros, como Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul.

No *site* da empresa é possível observar a dimensão do Grupo RBS. Atualmente, são 21 emissoras de televisão, divididas entre o canal aberto (afiliadas a Rede Globo, em um total de 18), a TV comunitária (são duas), e uma emissora segmentada (com foco no agronegócio). Na comunicação via rádio, o grupo possui 25 emissoras. Ainda, fazem parte, um total de 8 jornais diários e 4 portais na internet, além de outros serviços.

A RBS TV é referência no estado. A importância do veículo é destacada por Hinerasky (2008), principalmente na questão de regionalismo, ao revelar que a emissora possui cerca de 50% da audiência no Rio Grande do Sul, na maioria dos programas produzidos no estado.

Entre as empresas que são afiliadas da Rede Globo, a RBS é a que mais produz programas locais, com uma cobertura que atinge 790 municípios e mais de 17 milhões de telespectadores nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Entre os telejornais produzidos estão o Bom Dia Rio Grande, o Jornal do Almoço e o RBS Notícias.

Cruz (2006) explica que a RBS TV tem nos noticiários a principal produção. O autor diz que os telejornais atendem ao interesse do público, já que estão divididos e compostos por blocos pré-determinados de assuntos.

Já na década de 1970, o gênero telejornalismo ultrapassava as telenovelas em número de telespectadores. Desta forma, a emissora demonstra a preocupação de veicular informações de interesse de cada região. Assim, intercala seus noticiários, com programação para todo o estado, com blocos locais, compostos por notícias específicas das áreas de abrangência da emissora (CRUZ, 2006, p. 25)

Na grade de programação, o Bom Dia Rio Grande é o primeiro telejornal regional exibido pela emissora. É, portanto, o que leva as primeiras informações para os



telespectadores que estão saindo de casa para trabalhar. De acordo com o *site* do programa, o telejornal fala sobre economia, política, saúde e cultura, esporte e apresenta a previsão do tempo, entre outros assuntos. Os apresentadores deste telejornal são o nosso objeto de estudo.

O Jornal do Almoço (JA) é o telejornal mais antigo da RBS TV. A principal característica do JA é o jeito informal de transmitir informações; “assuntos que marcaram a manhã dos gaúchos, será discutido no telejornal ao meio-dia” (JORNAL DO ALMOÇO, on line). Por isto, reúne assuntos diversos como cultura, variedades, noticiário factual, musicais, entrevistas e comentários.

O RBS Notícias é o último telejornal regional apresentado para os telespectadores do estado. O programa aborda desde os fatos do dia, política, economia, esporte, polícia, comportamento e cultura, além de projetar o que será manchete no dia seguinte (RBS NOTÍCIAS, on line).

Hinerasky (2008, p. 12) afirma que a emissora “[...] desde a criação (há mais de três décadas) se destaca como a mais importante empresa de comunicação no Rio Grande do Sul”. Por ser referência de informação e credibilidade no estado é que um dos telejornais da emissora foi escolhido como objeto de estudo desta pesquisa.

4. Apresentação da metodologia e objeto de análise: características dos apresentadores do Bom Dia Rio Grande

Para identificar quais são as características dos apresentadores do programa Bom Dia Rio Grande, da RBS TV, empregamos a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental de cunho qualitativo defendida nos estudos de Gil (2007) e a metodologia de Rose (2002), para análise documental.

De acordo com Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é realizada a partir de materiais já existentes, como livros e artigos científicos. O autor destaca que os pesquisadores devem analisar profundamente os dados coletados e fazer uma comparação com outras fontes. Nesta fase, ou seja, na primeira parte do artigo, foram utilizados autores como Davis (1979), Maciel (1995), Yorke (1998), Rezende (2000), Becker (2005), Polito (2006), entre outros.

Gil (2002) explica, também, que a pesquisa documental é parecida com a bibliográfica, porém utiliza materiais que, ainda, não foram analisados ou que podem ser refeitos de acordo com os objetos de cada pesquisa. Por estes aspectos, optamos por



utilizar a pesquisa documental para analisar a edição selecionada do programa Bom Dia Rio Grande.

Já a metodologia escolhida para este estudo é a proposta por Rose (2004), específico para produtos audiovisuais. A autora explica que ao transcrever o material televisivo é preciso que sejam tomadas decisões sobre como descrever as imagens, sendo explicados os métodos usados. Assim, a autora revela que “se essas técnicas foram tornadas explícitas, então o leitor possui uma oportunidade melhor de julgar a análise empreendida” (ROSE, 2004, p. 345). Esta metodologia, portanto, será empregada para analisar a composição do material audiovisual existente.

Sobre o primeiro passo desta metodologia, Rose (2004) diz que a seleção de programas para a análise deve partir de uma ampla varredura do que é apresentado seguido da definição de um tópico de interesse. Sendo assim, para identificar quais são as características dos apresentadores de telejornal, optou-se pelo Bom Dia Rio Grande, da RBS TV, para ser o objeto deste estudo. O programa foi escolhido considerando que é o primeiro telejornal do estado a ser exibido, além da influência e credibilidade da emissora responsável pelo programa.

A próxima etapa desta metodologia é a transcrição, que de acordo com a autora tem o propósito de “[...] gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e a uma codificação” (ROSE, 2004, p. 348).

Para este estudo selecionou-se para análise apenas uma edição do Bom Dia Rio Grande: a do dia 11 de setembro de 2009. A data foi escolhida de forma aleatória. Optou-se por apenas uma edição, considerando que o telejornal tem um padrão, ou seja, segue um mesmo formato, com blocos divididos por assunto e, geralmente, com apresentadores fixos. A análise será ilustrada por transcrições das falas e imagens, que auxiliarão na compreensão das características dos apresentadores no telejornalismo.

A edição do Bom Dia Rio Grande, em estudo, foi apresentada por Carla Fachim e Paola Vernareccia, e no esporte, Débora de Oliveira. São estas três apresentadoras que estão sob análise nesta pesquisa, que busca identificar as características de linguagem televisiva e, como ela interage com a expressão facial, postura corporal, gestos, voz, olhar, roupa e acessórios destas apresentadoras. Busca-se identificar nos apresentadores e no programa Bom Dia Rio Grande aproximações com o que foi apresentado pelos autores na primeira etapa deste estudo.

O telejornal, em estudo nesta pesquisa, tem 45 minutos de duração e está dividido em quatro blocos, totalizando 13 matérias apresentadas, somadas a dois



comentários – de Ana Amélia Lemos e de Cláudio Brito; mais uma entrevista ao vivo, fora do estúdio; três notas peladas e, ainda, três entradas ao vivo sobre a previsão do tempo. O telejornal se estrutura partindo de assuntos factuais e encerrando com temas mais leves e atemporais.

Na edição do dia 11 de setembro de 2009, o Bom Dia Rio Grande inicia apresentando matérias sobre os moradores atingidos pelo temporal, do início daquela semana e encerra com uma reportagem que mostra a amizade entre um trabalhador rural e seu cão, revelando assim, a linha aplicada na estruturação do programa, que parte de assuntos factuais e vai até temas atemporais.

Assim como no primeiro bloco, o segundo também inicia com notícias factuais, como a de um assalto e de um acidente de trânsito. O bloco termina com uma nota coberta sobre a gravação do Galpão Crioulo, um tema que contrastou em relação aos apresentados no início deste segundo bloco.

O terceiro bloco é dedicado ao esporte, com notícias – principalmente – da dupla Gre-Nal. O último bloco do Bom Dia Rio Grande trata de assuntos sobre política e polícia e dá espaço às matérias leves e atemporais que caracterizam o encerramento do telejornal. A primeira matéria trata da decisão dos deputados estaduais em aceitar ou não o pedido de abertura do processo de impeachment da governadora Yeda Crusius. A reportagem é seguida pelo comentário de Ana Amélia Lemos, que trata do mesmo assunto. A seriedade do início de bloco é mantida com uma notícia sobre a fiscalização policial em desmanches de carros. O contraste aparece na matéria seguinte, onde se apresenta a situação de uma família que busca recursos para a recuperação do filho. O principal assunto do bloco (abertura ou não do processo de impeachment da governadora Yeda Crusius) volta a ser debatida, desta vez, no comentário de Cláudio Brito. Após, é realizada uma entrevista ao vivo sobre a redução de doadores de sangue, no período, com o repórter Leonel Lacerda. A última reportagem do telejornal mostra a relação de amizade entre homem e cão. O Bom Dia Rio Grande termina com informações da previsão do tempo, sob responsabilidade da repórter Luiza Zanchetta, uma das principais características do telejornal.

Durante as apresentações de todas as notícias é possível observar que os apresentadores priorizam na linguagem o estilo coloquial que, como constatamos na primeira parte deste artigo, é uma das características da linguagem de TV. Por exemplo, na chamada para a informação do tempo, a apresentadora Carla Fachim explica o que tem provocado a sensação de mais frio no estado. Carla diz: “A combinação de ar frio



com umidade e o vento vem reduzindo a sensação térmica, nos últimos dias”. O estilo de texto proporciona que os telespectadores compreendam, através da fala da apresentadora, o que causa a sensação de temperaturas mais baixas. Isso é feito de como se Carla Fachim estivesse conversando com o telespectador e não impondo algo. O acesso a informação a todas as pessoas, proporcionada pela linguagem fácil que a TV utiliza é destacada, no início desta pesquisa, através de Rezende (2000) e Maciel (1995).

A expressão facial, conforme Davis (1979) pode revelar as opiniões das pessoas. Por isto, os movimentos da face devem comunicar o mesmo que as palavras. A apresentadora Débora de Oliveira, por exemplo, ao falar que se o time do Internacional conquistar o título do Campeonato Brasileiro, o prêmio “terá um gostinho especial para um atacante”, mantém as sobrancelhas arqueadas e para destacar a informação, franze a testa e sorri, afirmando que a notícia é boa para os colorados – principalmente – para o atacante em questão. A mudança na expressão facial varia conforme o assunto tratado. Matérias mais leves, como o esporte, permitem inclusive sorrisos. Já as matérias policiais, não. A variação fica clara, quando a apresentadora Carla Fachim está se despedindo de Ana Amélia Lemos, onde elas estão conversando sobre o período de férias da comentarista e, em seguida, inicia uma matéria sobre a fiscalização da Brigada Militar no desmanche de carros. Antes de iniciar a fala, Carla Fachim muda a expressão, desfaz o sorriso e mantém a seriedade.

Os movimentos de corpo são discretos. Débora de Oliveira costuma se apoiar para a direita ou esquerda, assim, dando um ritmo à fala. Ao encerrar a nota pelada sobre o time colorado, enquanto aguarda a fala de Paola Vernareccia, Débora se afastada da bancada, se ajeitando na cadeira. Já Paola Vernareccia, por exemplo, se posiciona mais à frente, se apoiando na bancada, quando faz a chamada para o próximo bloco, ao anunciar a notícia sobre o Movimento dos Sem Terra (MST). Ao ler a notícia, a apresentadora se mantém ereta e não se apóia. Já na reportagem sobre a amizade entre um homem e seu cão, a apresentadora se afasta da bancada. Observou-se que existem posturas distintas para matérias com temas diferentes.

Quanto aos movimentos de mãos e cabeça, Carla Fachim apresenta duas características. Na reportagem sobre os moradores que foram atingidos pelo temporal daquela semana, Carla Fachim mantém as mãos apoiadas uma na outra, quando inicia uma nova frase, afasta-as; a cabeça se movimenta ritmando e pontuando a fala. Já na reportagem sobre a amizade de um homem com o seu cão, onde ela – inclusive – emite uma opinião, dizendo que “acha que vai virar lenda essa história”, os gestos estão mais



livres. As mãos já não estão apoiadas na bancada nem entre si. Os gestos estão suspensos, pontuando e ritmando a fala da apresentadora. As mesmas características são observadas quando ela conversa com a apresentadora Débora de Oliveira ou com a repórter Luiza Zanchetta. A apresentadora esportiva utiliza os movimentos de cabeça para dar ritmo ao que está falando. Já os movimentos de mãos são feitos – principalmente – para enfatizar alguma informação. Na notícia sobre o time do Grêmio, Débora de Oliveira diz: “O objetivo pra partida contra o Náutico é antigo: vencer a primeira partida longe do estádio Olímpico, neste Brasileirão”. Nesta informação, Débora utiliza os movimentos de mãos para destacar – principalmente – as palavras ‘antigo’ e ‘vencer’, durante a fala. Por ora, os movimentos de mãos e braços são usados também para determinar o ritmo da fala.

A voz, tanto o tom quanto o ritmo, é utilizada para destacar uma frase. No caso do programa Bom Dia Rio Grande, foi possível observar que há uma variação, inclusive no volume da voz, de acordo com o tema tratado. Paola Vernareccia, por exemplo, na reportagem sobre a família que busca recursos para a recuperação do filho, utiliza na fala um ritmo mais pausado e o tom mais sério. Já na matéria, onde ela anuncia as atrações do programa Galpão Crioulo⁴, o ritmo de fala é mais rápido, o tom mais alegre e o volume da voz está mais elevado.

Quanto ao olhar, as três apresentadoras possuem características parecidas. Elas mantêm os olhos fixos na lente da câmera, assim direcionados para os telespectadores, a exceção é quando falam diretamente com os colegas de equipe ou os escutam. Paola Vernareccia, por um momento, tira os olhos da câmera ao anunciar o comentarista, Cláudio Brito, logo em seguida se volta para ele. Maciel (1995, p. 74) explica que “é através do olhar que se abre um canal de comunicação entre apresentador e telespectador. A fuga do olhar, mesmo para ler o script, vai quebrar a magia da comunicação”. No caso da apresentadora Paola Vernareccia houve a ruptura de contato com o telespectador.

Outro item analisado, e que tem importância na construção e apresentação do telejornal, é a linguagem visual – composta pelas roupas, acessórios e maquiagem. Na edição analisada, a apresentadora Carla Fachim está vestindo uma blusa, estilo camiseta, azul com listras brancas. Sobreposto está um blusãozinho de gola “V” na cor cinza, combinando com a camisa. Os acessórios usados pela apresentadora são discretos:

⁴ O programa Galpão Crioulo é apresentado nas manhãs de domingo. A matéria exibida no Bom Dia Rio Grande apresenta as atrações do programa.



brincos dourados, de tamanho médio e uma corrente no pescoço. A maquiagem faz uso de tons neutros, destacando os olhos – através da máscara de cílios. Nas unhas, Carla Fachim usa um esmalte no tom de vermelho. Os cabelos estão soltos, como de costume, e penteados para trás dos ombros.

Paola Vernareccia usa uma blusa de cor azul (mais clara que a usada por Carla Fachim) de gola rolê, combinando com a companheira de bancada. Os brincos são um pouco maiores que os usados pela Carla Fachim, porém são, igualmente, discretos. Tons neutros são usados na maquiagem da apresentadora, que mantém a sobriedade sem destacar nem olhos nem lábios. O esmalte usado pela apresentadora é de tom escuro. Os cabelos, também, estão soltos, porém penteados para frente dos ombros.

A apresentadora Débora de Oliveira veste um blusãozinho, também, de gola “V” na cor rosa, contrastando com as cores usadas pelas apresentadoras Carla Fachim e Paola Vernareccia. Os acessórios, brincos e corrente, são pequenos e, com isto, discretos. A maquiagem, também, utiliza tons rosa, mesmo mantendo a leveza. Débora de Oliveira usa esmalte na cor rosa, combinando com a roupa e a maquiagem. Os cabelos estão soltos, divididos do lado e penteados à frente dos ombros. Estas são as características da apresentadora, quando no estúdio, ao lado de Carla Fachim e Paola Vernareccia. Quando Débora está em uma reportagem, as características são outras. Em uma matéria, sobre o time gaúcho – Sport Club Internacional, ela está usando uma blusa básica escura e, também, uma jaquetinha de couro na cor marrom. A maquiagem está mais “limpa”, sem a presença das cores utilizadas no estúdio. Os cabelos estão divididos no meio e penteados para trás dos ombros. Características opostas às utilizadas na apresentação dentro do estúdio.

Este contraste de roupas que pode-se perceber na Débora de Oliveira, é explicado por Yorke (1998) como sendo aquilo que se conhece por “bom senso”, onde o autor diz que as roupas devem combinar com o ambiente onde a notícia está sendo dada. A escolha por cores neutras e claras, nas roupas e na maquiagem, é uma característica encontrada no telejornal, já que o programa é apresentado pela manhã e, assim como na linguagem, pretende passar certa “informalidade”. O que pode se observar é que as escolhas fazem com que o apresentador não se destaque mais que a notícia, mantendo a neutralidade.

5. Considerações



Com base nestes itens analisados, pode-se identificar que as características de linguagem verbal, corporal e visual dos apresentadores estudados seguem as definições teóricas estudadas. Observou-se que a linguagem no telejornal opera sob o domínio e a utilização de palavras coloquiais, permitindo a compreensão por parte dos telespectadores. Da mesma forma, foi possível constatar que a presença dos profissionais que trabalham diante das câmeras tende a neutralidade, com aparência e movimentos discretos, a fim de não competir com a notícia.

6. Bibliografia

ARBEX JR., José. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2001– 3ª edição. 290 p.

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002. 252 p.

BECKER, Beatriz. **A Linguagem do Telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: Editora E-papers Serviços Editoriais, 2005 – 2ª edição. 180 p.

CLIC RBS. **Bom Dia Rio Grande**. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=2&nome=bomdia&pSection=252&groupid=207&uf=1&local=1>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

CLIC RBS. **Grupo RBS**. Disponível em:
<http://www.rbs.com.br/quem_somos/index.php?pagina=grupoRBS>. Acesso em: 15 jan. 2010.

CLIC RBS. **Jornal do Almoço**. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=2&nome=jornaldoalmoco&pSection=257&groupid=212&uf=1&local=1>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

CLIC RBS. **RBS Notícias**. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=2&nome=rbsnoticias&pSection=260&groupid=215&uf=1&local=1>>. Acesso em: 15 jan. 2010.

CRUZ, Fábio Souza da. **A cultura da mídia no Rio Grande do Sul**: o caso do MST e Jornal do Almoço. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cruz-fabio-cultura-da-midia.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2010.



DAVIS, Flora. **A Comunicação Não-Verbal**. São Paulo: Editora Summus, 1979 – 7ª edição. 196 páginas.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002 – 4ª edição. 176 p.

HAGEN, Sean. **Jornalismo, mito e linguagem**: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrelas. In: VIZEU, Alfredo (Org.). *A Sociedade do Telejornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2008. 128 p.

HINERASKY, Daniela Aline. **A Cidade está substituindo o Pampa?** Um estudo sobre a identidade cultural gaúcha na dramaturgia regional. Artigo científico. Disponível em: <<http://www.rizoma.ufsc.br/pdfs/536-of5b-st2.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2010.

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo Televisivo**. Coimbra: Editora Livraria Minerva, 1998. 188 páginas.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de Televisão**: normas práticas. Porto Alegre: Editora Sagra: DC Luzzatto, 1995. 116 p.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999 – 16ª edição. 160 p.

POLITO, Reinaldo. **Como Falar Corretamente e Sem Inibições**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006 – 111ª edição. 312 p.

RBS TV. **Bom Dia Rio Grande**. Gravação de vídeos - programa exibido dia 11 de setembro de 2009.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Editora Summus, 2000. 290 p.

ROSE, Diana. **Análise de Imagens em Movimento**. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (org). *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático*. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2004 – 3ª edição. p. 343-364.

YORKE, Ivor. **Jornalismo Diante das Câmeras**. São Paulo: Editora Summus, 1998. 202p.

ZANCHETTA JÚNIOR, Juvenal. **Imprensa escrita e telejornal**. São Paulo: Editora UNESP, 2004. 134p.