

Telejornalismo e vestuário: uma análise de como as roupas e acessórios de jornalistas de televisão influenciam na notícia

RESUMO

A televisão é um dos meios de informação mais importantes para o brasileiro. As roupas e os acessórios podem ou não interferir na mensagem que está sendo veiculada pelos jornalistas. Este trabalho investiga as percepções de apresentadores de dois jornais televisivos do estado Paraná, Paraná TV Segunda Edição (RPC/Globo) e SBT Paraná (Rede Massa/SBT), assim como a construção da relação da roupa com a transmissão de notícias. Para isso, conversamos com jornalistas, consultamos manuais de telejornalismo, entrevistamos uma diretora de moda de jornalismo e aplicamos questionários.

PALAVRAS-CHAVE: Moda. Telejornal. Apresentadores. Roupas.

Ana Tereza May Pereira

anamavpereira@gmail.com

Universidade Positivo (UP),
Curitiba, Paraná, Brasil.

Sandra Nodari

sandranodari@gmail.com

Universidade Positivo (UP),
Curitiba, Paraná, Brasil.

INTRODUÇÃO

A relação do brasileiro com a televisão é das mais próximas do mundo. Enquanto 93,4% das casas brasileiras tinham geladeira, 95,7% possuíam televisão em 2004, segundo dados do IBGE (BARA, 2012, p. 258). Já no último trimestre de 2016, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua 2016, dos 69,3 milhões de domicílios brasileiros somente 2,8% não tinham televisão (IBGE). A Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira revela que em 2016, 63% dos brasileiros se informam do que acontece no Brasil pela Televisão mais do que em outro meio. A pesquisa do IBOPE de 2016 revela que os brasileiros das 15 maiores metrópoles passam em média 6 horas e 17 minutos em frente à televisão.

Na programação de TV, o telejornal representa “um lugar de referência para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo” (VIZEU; CORREIA, 2008, in VIZEU, 2008, p.12). Esta proximidade pode se dar por conta do modo como o brasileiro enxerga o jornalista, tanto na forma de se portar, quanto na de se vestir.

Nos anos 2000, por influência do telejornalismo norte-americano, a regra de figurino dos jornalistas que trabalhavam como repórteres e apresentadores de telejornais era clara: paletó e gravata para homens; blazers para mulheres (em cores pastéis, de preferência, ou sólidas). Nada de xadrez, listrado, florido. “Para os homens o terno é obrigatório [...] Nas cores preto ou marinho, cinza e bege, com camisas sociais de cores claras, complementando com gravatas elegantes, porém discretas” (VILLELA, 2008, p. 56). Roupas esportivas também em “tons pastéis (bege, azul, amarelo, rosa)” (idem).

Para as mulheres, segundo Villela, o vestuário pode ser moderno: “Gosto do spencer (casaco curto e acinturado) peça-chave para compor o visual. O terninho cai muito bem naquelas que são mais altas e magras” (p.57). Com relação às cores: “[...] tendem a seguir a paleta dos tons pastéis – que ajudam a errar menos. O mais importante mesmo é saber conjugar cores e tons que valorizem sua presença, seu porte e tom de pele, sem roubar a atenção da notícia que você transmite” (idem). Os cabelos deveriam ser curtos ou médios para mulheres, homens deviam ter barba bem feita. Acessórios, somente pequenos e que não chamassem a atenção. Esmaltes, somente claros.

Em 2010, a TV Verdes Mares, afiliada da Rede Globo em Fortaleza (CE), realizou uma reportagem para discutir a moda no vestuário dos jornalistas durante as comemorações de seus 40 anos que serve para compreender a preocupação deste elemento dentro do jornalismo da emissora (MODA_TELEJORNALISMO_TVVERDESMARES.FLV). “Nós da televisão acompanhamos as tendências de cada época. No telejornalismo não dá para ousar tanto porque o importante é a notícia. Nada de figurino que chame tanto a atenção” (trecho da reportagem). No início da década de 1980, cada jornalista podia usar a roupa que quisesse, do seu próprio guarda-roupa: “É, mas, os profissionais da notícia tiveram que incorporar mudanças na linguagem visual e seguir um padrão no final dos anos 80. A imagem do repórter mudou” (trecho da reportagem). Em 2006, a emissora criou um departamento de figurino, e “a imagem do repórter mudou” - “Em televisão quando se trata de visual do jornalista menos é mais, e a mesma regra vale, também, para cabelo, maquiagem e barba” (trecho da reportagem).

O figurino nos programas jornalísticos de TV é relevante e obriga os profissionais a levar em conta o que vestir. No caso de grandes emissoras há departamentos que cuidam disso, há permutas com lojas especializadas para diminuir o custo do vestuário arcado pelos profissionais. “Mas a realidade das emissoras de televisão locais, estaduais e de pequeno alcance não é a mesma das grandes redes do país, mesmo que de alguma forma a emissora local seja vinculada a grandes empresas de comunicação” (AQUINO, 2011, pág. 1). Nas pequenas emissoras, como as de Curitiba, a realidade pode ser diferente.

Nos últimos anos, houve uma flexibilização das regras por parte principalmente da Rede Globo, muito voltada ao vestuário feminino: as repórteres e apresentadoras começaram a utilizar roupas mais chamativas no vídeo. Cores fortes deixaram de ser proibidas em roupas, unhas, acessórios. Com a TV Digital e o sinal em alta definição, a resolução da imagem ficou muito melhor e isso influenciou, também, no figurino, maquiagem e cabelo dos profissionais. Hoje é possível assistir a apresentadores jovens de programas como o programa “G1 em 1 Minuto”, programa jornalístico para internet, usando piercing e tatuagem. Ainda, ver a apresentadora do Fantástico fugindo da roupa padrão das apresentadoras e usando peças na moda, saias com brilho, cores fortes, peças nude, por exemplo.

Compreender esta transformação e saber como lidar com ela é fundamental para o Jornalismo e para os jornalistas, bem como os estudantes de jornalismo que vão encontrar no mercado uma realidade com a qual precisam saber lidar. Sobretudo porque pode interferir na relação entre o telejornal e o público.

Este trabalho investiga, junto a jornalistas de redação em Curitiba, como se dá a relação de roupas/acessórios/maquiagem junto aos apresentadores e a partir desta análise, compreender qual é a intenção da representação visual da figura do jornalista na apresentação da notícia. Para o jornalismo, faz-se necessário ter esta discussão, uma vez que não é raro confundir-se jornalista com profissionais do entretenimento, como afirma Heródoto Barbeiro em seu manual de telejornalismo: “O uso da maquiagem e de roupas especiais, e o jeito de olhar para a câmera muitas vezes dão ao telespectador a sensação de que a notícia está sendo apresentada por um ator” (BARBEIRO, 2002, p. 82).

A partir destas considerações é necessário questionar se a credibilidade do jornalista, e da notícia que está informando pode ser deixada de lado a partir do modo como se apresenta? Surgem ainda as seguintes questões: o que motivou a mudança de regras para figurino no telejornalismo? As roupas e acessórios influenciam na comunicação da notícia?

JORNALISMO E MODA

O texto “Moda e telejornalismo: o papel do figurino na construção da imagem de credibilidade do jornalista de televisão”, de Agda Aquino, é um dos principais a tratar de moda, roupas e profissionais do telejornalismo, principalmente porque apresenta um modelo de questionário a ser aplicado aos profissionais dos telejornais que usamos como base para este trabalho. Os questionários servem para entender qual a relação entre a interferência ou não da aparência do jornalista na notícia.

Em “Moda e Comunicação”, Barnard ajudou a compreender que é o comunicador, no caso o jornalista, que está comunicando através da aparência e

não o contrário. E isso se complementa com Barbeiro quando diz que “as imagens pesam mais do que as palavras, daí a conquista de público da televisão” (BARBEIRO, 2002, p. 19). Ele explicita o porquê de a mensagem ganhar mais ou menos força, ter ruído ou interferência na mensagem que é passada pelo jornalista de televisão, diferente do jornalista de impresso, rádio etc. “A TV quebra a impessoalidade do jornal impresso e cria personagens que se tornam familiares ao público [...]. A imagem deles fica familiar e entra no rol de pessoas conhecidas [...].” (BARBEIRO, 2002, p. 19)

Para entender quais as melhores escolhas de roupa que um jornalista deveria fazer, qual a melhor maquiagem e outros complementos (peso, cabelo etc.) para tornar a aparência ideal, Villela e Kalil (consultora de moda e estilo, uma das fontes mais recorrentes da Rede Globo para falar do assunto) trazem orientações. “A moda tem dessas coisas: faz com que a gente se sinta mais bonita (e até mesmo mais jovem) no presente do que no passado [...]. A cada estação a moda elege um ou mais itens que são imediatamente levados aos céus! Céu [para ela]: camiseta branca com listras azuis, tipo marinheiro” (KALIL, 2008, p. 167 e 170).

O “Manual de Telejornalismo da Rede Record” (NASSER; TOSTES, 2005) e entrevista com Patrícia Viegas, Editora de Moda do Jornalismo da TV Globo São Paulo, também foi usado como base para entender como são passadas as orientações de vestimenta para os apresentadores.

A MODA COMUNICA

Diferente da maneira que Aquino (2011) define moda como sendo apenas o conjunto de elementos do vestuário e acessórios, usaremos a definição de Svendsen (2010), para quem roupas e acessórios, definidos como vestuário, são apenas um exemplo daquilo que pode sofrer a ação da “moda”. Segundo ele, moda é um fator relativo ao tempo. Um exemplo prático que podemos dar é o uso de “decotes assimétricos, contornos festenados, golas roulés e colarinhos enormes, emoldurando o rosto [nos anos 60]” (MENDES, p. 168). Ou seja, o vestuário sofre a interferência desse fator relativo ao tempo, mas não é ele. Então, moda, referindo-se ao vestuário, seria a roupa que serve à interferência de seu tempo a fim de ser considerada adequada para determinada ocasião e lugar.

Aquino também destaca a maquiagem. Tendo em vista que esta interfere na aparência, mas que nosso foco está no vestuário, não iremos nos atentar a ela de modo específico, afinal seria necessária uma análise das cores, histórico das técnicas etc., e isto não está entre os objetivos do trabalho, como citados acima.

O vestuário faz parte da comunicação visual do nosso corpo, afinal ele é aquilo que nos reveste em boa parte. A partir do momento que existe este revestimento do corpo, e que ele é composto de mais elementos do que apenas o corpo, são mais “pontos de informação” sendo emitidos.

Como essa informação vai chegar ao receptor não necessariamente é o mesmo desejado pelo emissor. A exemplo disso, Svendsen (2010, p.71) cita o uso do camuflado. Apenas porque alguém usa a estampa camuflada não significa necessariamente que a pessoa seja a favor de um regime militar ou que ela seja um militar, mas essa pode ser a interpretação daquele que vê o emissor usando a roupa. Ou seja, a moda emite uma informação, podendo ser a mesma emitida da mesma recebida ou não, mas ela comunica algo.

Existem algumas paletas de cores e peças de roupas que podem ser compreendidas além do contexto que estão inseridas, e essas seriam as ideais para os apresentadores de televisão.

Quando Barbeiro (2002, p.82) diz que o uso de maquiagem e de roupas especiais pode gerar sensações no telespectador, ele está afirmando como esses são pontos de influência na transmissão da notícia, seja negativo, como ele chega a pontuar que pode dar a sensação de que o jornalista é um ator, como positivo, não interferindo na notícia.

Villela (2008, p. 56) dá dicas de cores e cortes para os gêneros, mas ressalta que “quem aparece na TV precisa parecer limpo e bem vestido”. Ou seja, a roupa e a boa aparência não são complementos, mas sim, características básicas para quem está dentro desta função dentro de uma emissora de televisão. Outro exemplo que ela dá, reforçando esta ideia, é sobre o peso. “Outro aspecto que certamente pesa a seu favor ou contra você, é o peso. Mantenha sua boa forma física” (2008, p. 55).

ORIENTAÇÕES DAS EMISSORAS

O “Manual de telejornalismo Rede Record” traz no capítulo 5 diversas dicas práticas para visual e figurino dos apresentadores e dos repórteres da rede e das praças, contudo começa o texto ressaltando a importância destes para a apresentação da notícia.

A aparência e o figurino dos apresentadores e repórteres são elementos importantes para a qualidade do telejornalismo. [...] Não é o que cada um gosta de usar. [...] O visual precisa ser limpo, nada pode chamar mais a atenção do que a notícia. [...] A notícia é a estrela. Quando ela for ofuscada por outros elementos, alguma coisa está errada. A roupa é decisiva para a qualidade visual dos profissionais (NASSER; TOSTES, 2005, p.62, 63).

Entre as dicas passadas pelo manual estão preocupar-se “com todos os ângulos que possam ser captados pela câmera”, “apresentador quase sempre [estar] de blazer” e “use cores fortes, mas não ‘vivas’”. (NASSER; TOSTES, 2005, p.63)

Diferente do que é defendido pela Record, Patrícia Viegas, editora de moda do Jornalismo da TV Globo, diz que hoje “figurino do jornalismo está muito mais flexível e versátil, evoluiu muito. Antes era engessado, só servia blazer e terno” (VIEGAS, 2018). Ela ainda afirma que a roupa ideal para o jornalista varia pelo contexto que ele está no momento. “De forma geral, roupas que não chamem mais atenção do que a notícia, que transmitam credibilidade”, diz.

Ou seja, podemos perceber que há uma variação de orientações de como o jornalista deve se vestir conforme a emissora, mas sempre visando que a notícia não seja ofuscada.

METODOLOGIA

Este artigo utilizou-se de procedimentos de estudo de caso e de bibliografias. Inicialmente fizemos a revisão da literatura conforme Prodanov e Freitas (2013), para quem a partir de materiais já publicados, como artigos científicos, livros, revistas, dissertações, teses, publicações em periódicos e internet, é possível adquirir informações para contextualizar o tema.

Utilizamos os questionários que Aquino montou para sua pesquisa. São dois. O primeiro consiste em 21 perguntas, das quais 20 são perguntas objetivas e uma dissertativa, para os apresentadores dos telejornais a serem observados. As questões avaliam desde qual é a formação do apresentador, passando por como é a relação dele com o vestuário e a aparência e quais são suas avaliações sobre como deve ser o figurino de um apresentador. O segundo questionário foi formulado para que o pesquisador faça uma análise da vestimenta do apresentador conforme características objetivas da aparência, tais como cor, brilho etc. Esse questionário foi reformulado e consiste em 7 perguntas, todas objetivas, para cada telejornal.

Além desses questionários aplicados, também foi feita uma entrevista por e-mail com a Patrícia Viegas, Editora de Moda do Jornalismo da TV Globo São Paulo, para entender nos casos em que há uma orientação para os apresentadores, como ela acontece. O questionário para Viegas consiste em oito perguntas dissertativas. A entrevista foi do tipo semi-estruturada, permitindo “[...] uma certa organização dos questionamentos, ao mesmo tempo em que pode ser ampliada à medida em que as informações vão sendo fornecidas.” (FUJISAWA, 2000 Apud VITALIANO, 2002, pág.4).

Para a análise dos telejornais, escolhemos as duas emissoras que tivessem maior pontuação do Ibope entre o período a ter as edições analisadas. As que obtiveram maior pontuação no ranking semanal entre 29 de janeiro de 2018 e 3 de fevereiro em âmbito nacional foram a Globo e o SBT.

Para isso foram examinados os conjuntos completos de vestuário dos apresentadores das emissoras da praça Curitiba, sendo eles Sandro Dalpícolo, Paraná TV 2ª edição (RPC TV/Globo), Eduardo Scolla e Thais Beleze, SBT Paraná (Rede Massa/SBT).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Descrição do vestuário de apresentadores do jornal Paraná TV segunda edição:

No dia 29 de janeiro, Sandro Dalpícolo estava usando um terno azul marinho, uma camisa branca e uma gravata azul em um tom mais vivo que a cor do terno, mas ainda um azul escuro.

No dia 30, quem apresentou o jornal foi Fernando Parracho, substituto de Dalpícolo. Ele usou um terno azul marinho, com uma camisa branca e gravata azul escuro com pequenas listras rosa claro. Além disso, usou um óculos de grau com armação de metal “transparente”, ou seja, de tão fina que é, fica quase imperceptível.

No dia 31, Dalpícolo usou todas as peças do dia 29, repetiu o figurino.

No dia primeiro de fevereiro, Sandro usou um terno preto, camisa rosa clara, quase branca, e uma gravata rosa claro com listras azul claro e azul escuro acizentado.

No dia 2 de fevereiro, Dalpícolo vestiu o terno azul marinho, uma camisa azul claro e uma gravata azul claro, em tom mais vivo que o da camisa. O tecido da gravata é cetim, ou seja, os desenhos de bolinhas nela brilham mais que o fundo do tecido.

No sábado, Sandro usou um terno preto, com camisa branca e uma gravata azul petróleo. O tecido da gravata é cetim e xadrez, ou seja, o desenho de alguns quadradinhos nela brilha mais que o fundo do tecido.

Todos os ternos usados aqui tinham ombreira. E o cabelo curto, penteado para trás.

Descrição do vestuário de apresentadores do jornal SBT Paraná:

No dia 29 de janeiro, apenas Eduardo Scolla apresentou o jornal. Ele usou terno preto, uma camisa xadrez azul claro com listras brancas e uma gravata preta. Além disso, usou sapato social preto com cadarço.

No dia 30 de janeiro, Thais Belleze apresentou o jornal junto com Scolla. Ele usou terno preto, camisa branca, gravata azul claro listrada, que por ser de cetim, as listras finas se diferenciam pela luz, e um sapato social preto com cadarço. Já Thais usa blusa azul celeste de tecido leve, com o tecido transpassado na frente e calça preta. Além disso, sandália preta aberta e de salto fino. A cor do esmalte é clara, usa três anéis finos em uma mesma mão e pequenos brincos dourados e de brilhante. Como maquiagem, um delineado apenas ao redor da pálpebra superior, pele com base e pó e batom em tom de nude bem claro. O cabelo de Thais é curto, acima do ombro e em tom de loiro. O de Scolla é curto e penteado para trás.

No dia 31 de janeiro, Thais usa um macacão de tecido branco com desenhos geométricos em forma de onda e na cor preta, por cima usa um blazer preto com manga 3/4 e nos pés sapato social preto com cadarços. Já Eduardo usa terno azul marinho, camisa branca e gravata xadrez com as cores vermelho escuro cinza claro e cinza escuro. Nos pés, sapato social preto com cadarço. Thais usa dois anéis e um brinco de mini argolas douradas.

No dia primeiro de fevereiro, Scolla usa terno cinza escuro, com camisa azul claro e gravata de cetim vermelho xadrez, o sapato é marrom com cadarço. Thais usa camisa transpassada cinza mecla de malha, colar dourado simples com duas bolinhas, brinco de tamanho médio com uma pedra acizentada, um anel, calça preta e sandália preta de tiras.

No dia dois, Eduardo apresentou o jornal do litoral (na praia) e por isso usou uma camisa azul mescla, com o último botão desabotoado, mangas dobradas em 3/4, bermuda cáqui escura e descalço nesta edição do jornal. Já Thais apresentou direto do estúdio usando o mesmo brinco de pedras do dia anterior, uma camisa branca com desenhos geométricos e com mangas dobradas em 3/4, calça social cáqui, um anel e sapato social do tipo scarpin da mesma cor que a calça.

No sábado, dia 3, não houve apresentação do SBT Paraná.

ANÁLISE DAS ROUPAS E ACESSÓRIOS UTILIZADOS PELOS APRESENTADORES

Na análise feita a partir dos programas assistidos e tendo como base as perguntas do questionário, nenhuma roupa dos apresentadores confunde-se com as cores do cenário, nenhum dos apresentadores usa acessórios chamativos, apenas Scolla usa gravata de cores que destoam da roupa, a exemplo disso temos a gravata xadrez, que é algo alertado pelo manual de telejornalismo da Rede Record (NASSER; TOSTES, 2005, p. 64) para dar preferência a “cores lisas ou as gravatas regimentais, com listras em diagonal”.

Todos usam maquiagem adequada para o horário do programa e para o tom de pele de todos, outro ponto ressaltado pelo manual (NASSER; TOSTES, 2005, p.65). “A velha máxima de que ‘menos é mais’ continua valendo para maquiagem e também para os acessórios”.

Nenhum se veste segundo a vanguarda da moda.

A cor e corte de cabelo de todos também estão discretos. O cabelo de Thais é cortado acima dos ombros. “Prefira o cabelo curto ou médio. O chanel é bem-vindo”. (NASSER; TOSTES, 2005, p.65).

O que pensam os apresentadores sobre o figurino que usam

Apesar de todos terem feito graduação em comunicação social habilitação em Jornalismo, nem todos tiveram alguma orientação sobre como se vestir na televisão durante o curso.

Apesar disso, todos recebem alguma orientação de algum profissional na hora de se vestir, diariamente ou esporadicamente. Todos têm algum profissional dentro da própria emissora que presta serviço de cabelo e maquiagem para eles. Dos três, apenas um recebe ajuda de custo para cabelo, maquiagem e roupas. O outro só recebe ajuda para roupas e um não recebe nenhuma ajuda de custo.

Os apresentadores do SBT Paraná escolhem suas roupas com a ajuda de um profissional, já o apresentador do Paraná TV escolhe sozinho. O mesmo para o cabelo.

Todos concordam que o figurino que usam para aparecer no vídeo é importante para a formação da sua imagem de credibilidade junto ao telespectador e que uma roupa muito chamativa atrapalha o papel de comunicador. Porém apenas um coloca como prioridade estar discreto em detrimento de estar arrumado na hora de escolher o figurino. Foram absolutos ao dizer que acham que existem alguns estilos, cores e tecidos de roupas que podem ficar ótimos pessoalmente, mas mal na tela, assim como levam em consideração o cenário (externa ou estúdio) na hora de escolher o figurino.

Todos afirmaram que o uso de acessórios com brilho, como pulseiras, pingentes e colares, não valoriza a sua imagem na televisão. Dois dos três disseram se importar total ou parcialmente para novas tendências de moda, cores e modelagem da estação na televisão.

Dos três, apenas um acha que os apresentadores de telejornal deveriam receber treinamento específico para a forma como eles se vestem e se apresentam

no vídeo. Nenhum leu algum livro ou participou de curso específico para vestimenta na televisão.

Quando questionados sobre se já receberam ligações de telespectadores comentando sobre roupas, acessórios e maquiagem, todos responderam que sim.

Quando questionados sobre qual a roupa ideal para que jornalistas usem, além de “confortável e discreta”, pontuaram que “roupa [...] adequada ao programa/jornal, mas também à personalidade do profissional. [...] [A] roupa é complemento da comunicação, não apenas um “detalhe”. Tudo comunica, inclusive os panos que nos vestem.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como pontua Viegas, “a imagem é fundamental para dar valorizar a informação que está sendo passada para o espectador. O jornalista deve se vestir como jornalista, sem complicações, estampas e/ou excessos” (2018). Ou seja, a vestimenta é mais do que “apenas um ‘detalhe’”. Como disse um dos apresentadores, ela é parte da mensagem que está sendo comunicada e não deve estar acima da notícia.

Apesar dos avanços pontuados como “desengessar” o figurino usado pelo jornalista que apresenta, deve se ter um cuidado para não se ultrapassar do pouco de deixar a roupa exagerada ou desleixada.

Apesar de a televisão ainda ser o meio de comunicação que está mais acessível às pessoas e de entendermos a importância do vestuário para o jornalista, ainda não há regras gerais e objetivas além das impostas pelas emissoras ou pelos manuais de estilo, que na verdade se referenciam para qualquer pessoa. Ou seja, cabe ao jornalista, ou ao aluno de Jornalismo, buscar por conta própria informações de como se vestir e ainda sim, concluir muita coisa por si próprio, por conta da falta de objetividade ou de atenção específica dos manuais para esse ponto.

Aquino (2008) pontua que “credibilidade e jornalismo são duas coisas indissociáveis”, portanto, a construção de visual do jornalista também passa pela construção da sua credibilidade.

TV journalism and clothing: an analysis of how television journalists' clothes and accessories influence the news

ABSTRACT

Television is one of the most important means of information for Brazilians. Clothing and accessories may or may not interfere with the message being broadcast by journalists. This work investigates the perceptions of presenters of two TV News programs in Paraná, Paraná TV Segunda Edição (RPC / Globo) and SBT Paraná (Rede Massa / SBT), as well as the construction of the clothing relationship with news broadcasting. For that, we talked to journalists, consulted telejournalism manuals, interviewed a fashion journalism director, and applied questionnaires.

KEYWORDS: Fashion. TV News. News presenters. Clothing.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Agda Patrícia Pontes de. Identidade Visual do Telejornalista: Uma reflexão conceitual sobre o do papel do corpo e do figurino na apresentação dos telejornais. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1027-1.pdf>

AQUINO, Agda Patrícia Pontes de. Moda e telejornalismo: o papel do figurino na construção da imagem de credibilidade do jornalista de televisão. Disponível em:

http://www.insite.pro.br/2011/Mar%C3%A7o/moda_telejornalismo_credibilidade.pdf

BARA, Gilze. Para Além do “Boa-noite”. Os apresentadores do “Jornal Nacional” e os vínculos com o público. Acesso em julho de 2017:

<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/2029/1/gilzefreitasbara.pdf>

BARBEIRO. Heródoto. Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em:

<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>; Acesso em: 28 nov. 2016.

KALIL, Glória. Chic[érrimo]: Moda e etiqueta em novo regime. São Paulo: Ediouro, 2008.

SVENDSEN, Lars. Moda uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BARNARD, Malcolm. Moda e Comunicação. Rocco, 2003.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua 2016. Acesso em maio de 2018:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101543.pdf>

IBOPE. Audiência do horário nobre – 15 Mercados – 29/01 a 04/02/2017.

Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/audiencia-do-horario-nobre-15-mercados-2901-a-04022017/>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2018.

MENDES, Valerie D. A moda no século XX. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

NASSER, Ailton Mineiro; TOSTES, Octavio. Manual de Telejornalismo Rede Record. 2. ed. São Paulo: Studio Quatro, 2005.

PRODANOV, Cleber Cristiano. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico] : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

MODA_TELEJORNALISMO_TVVERDESMARES.FLV. Reportagem da Tv Verdes Mares. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=31&v=GEG8TeOL4hE

VIEGAS. Patrícia. Entrevista por email em 5 de abril de 2018.

VILLELA, Regina. Profissão: Jornalista de TV. Telejornalismo Aplicado na Era Digital. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2008.

VITALIANO, Célia Regina. A entrevista como metodologia de pesquisa para investigar concepções de professores universitários e do ensino fundamental em relação à formação de professores para inclusão de alunos especiais no ensino regular. Disponível em:

http://www.uel.br/pos/mestrededu/images/stories/downloads/docentes/conheca_celia_arq3.pdf

VIZEU, Alfredo (org.). Sociedade do Telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

Recebido: 06 nov. 2018.

Aprovado: 26 nov. 2018.

DOI: 10.3895/rde.v9n15.9032

Como citar:

PEREIRA, A.T.M.; NODARI, S. Telejornalismo e vestuário: uma análise de como as roupas e acessórios de jornalistas de televisão influenciam na notícia. R. Dito Efeito, Curitiba, v. 9, n. 15, p. 1-12, jul./dez. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/de>>. Acesso em: XXX.

Direito autorial: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

