**Ana Carolina Rocha
Pessoa Temer**

Universidade Federal
de Goiás, Goiás Velho,
Goiás, Brasil.

O tempo e o trânsito: uma análise sobre telejornalismo, modernidade e espaço urbano

**Weather Forecast and Urban
Mobility: an Analysis of
Journalistic Newscasting,
Modernity, and Urban Space**

**El Tiempo y el Tránsito: un
Análisis Del Periodismo en la
Televisión, la Modernidad y el
Espacio Urbano**

RESUMO

Esse artigo busca uma discussão sobre o conteúdo do telejornalismo, entendido como um espaço em permanente desenvolvimento, em uma relação que envolve dialogar com seu público e a realidade social na qual está inserido. Buscamos entender a importância estratégica e o uso ideológico de dois espaços tradicionais do telejornalismo, a previsão do tempo e as informações sobre as condições climáticas e as notícias sobre o trânsito/mobilidade urbana. A análise aponta que o destaque dado ao tempo e ao trânsito vão além da prestação de um serviço, pois seu conteúdo reforça as profundas desigualdades sociais existentes nas cidades contemporâneas, consolidando a segregação espacial.

Palavras-chave: telejornalismo; jornalismo de serviço; previsão do tempo; deslocamentos urbanos.

ABSTRACT

This paper discusses the content of television journalism, understood as a space that is in constant development, in a relationship that involves dialogue with its audience and the social reality in which it is inserted. We try to understand the strategic importance and the ideological use of two traditional spaces of television news, the weather forecast and climate information and the news about traffic / urban mobility. The analysis points out that the emphasis on the weather and traffic go beyond the provision of a service, since its content reinforces the deep social inequalities in contemporary cities, consolidating the spatial segregation.

Keywords: television journalism; service journalism; weather forecast; urban mobility

RESUMEN

Este artículo discute el contenido del periodismo televisivo, entendido como un espacio en constante desarrollo, en una relación que implica el diálogo con su público y la realidad social en la que se inserta. Tratamos de entender la importancia estratégica y el uso ideológico de dos espacios tradicionales del periodismo televisivo, la previsión del tiempo y la información sobre el clima y las noticias sobre el tránsito / la movilidad urbana. El análisis señala que destacar el tiempo y el tránsito va más allá de la prestación de un servicio, ya que su contenido refuerza las profundas desigualdades sociales en las ciudades contemporáneas, consolidando la segregación espacial. Palabras clave: periodismo televisivo; periodismo de servicio; pronóstico del tiempo; los desplazamientos urbanos.

Submissão:

Decisão editorial:

Jornalismo e mudanças

Esse artigo busca uma melhor compreensão do telejornalismo, gênero audiovisual com um significativo percurso histórico e prestígio na televisão brasileira. Embora seja um objeto de estudo tradicional, o telejornalismo é também um espaço em permanente desenvolvimento, um ator social em uma relação que envolve dialogar com seu público e a realidade social na qual está inserido.

A análise do telejornalismo deve ser necessariamente precedida por uma indagação sobre os conceitos de *televisão* e da análise do significado social do jornalismo, reafirmando a necessidade de conhecer o telejornalismo a partir de suas contradições: o telejornalismo é o jornalismo na e para a televisão e, portanto, o resultado da dimensão empresarial e técnica-tecnológica do veículo televisão e das condições éticas que delimitam o jornalismo.

A televisão, ou pelo menos a televisão como a conhecemos hoje, é a síntese de uma sociedade cujo caráter dominante é o capitalismo e a produção industrial em larga escala, e cuja marca é a especialização técnica e o caráter coletivo da produção. Sendo também empresa voltada para o lucro, o material produzido para e pela televisão é determinado pela permanente busca por grandes audiências, o que,

por sua vez, força um caráter lúdico e uma ênfase no entretenimento. Embora acolha diferentes usos, diferentes práticas e múltiplos discursos, a televisão desenvolve-se a partir da máxima de um de seus filósofos informais: “na televisão nada se cria, tudo se copia”¹. Na televisão tudo é novidade, mas nada é realmente ou totalmente novo, uma vez que o veículo sobrevive *recriando/reformatando* continuamente conteúdos e linguagens, em geral dando uma aparência de novidade a fórmulas já testadas.

Para atender às necessidades subjetivas do receptor pelo novo (ou pela aparência do novo), a televisão é um espaço de contínuas mudanças de cenários, de linguagens, de tecnologias. Mas enquanto a televisão vive desta mudança aparente, o jornalismo tende a apegar-se a modelos, formatações e técnicas de redação mais tradicionais. Apesar de tratar sempre do novo (o que define seu elemento central, a *notícia*), o jornalismo tende a apegar-se às rotinas e técnicas de um fazer específico, um domínio de conhecimento relativamente estruturado, que se autolegitima a partir de uma dimensão estratégica e princípios éticos/operacionais bem definidos. Mesmo quando incorpora novidades tecnológicas, o jornalismo justifica estas absorções a partir de suas tradições como prestador de serviços ou a partir de necessidades vinculadas a seu *ethos* de divulgar/registrar os fatos/acontecimentos.

Enquanto a televisão mantém a aparência de mudança, o jornalismo apegar-se a seus preceitos básicos, a uma tradição (ou a não mudança) fundamentada na ética da prestação de serviços e no

¹ Bordão utilizado por Aberlado Barbosa, o Chacrinha, responsável por programas de grande impacto na televisão brasileira nas décadas de 1960, 1970 e 1980.

compromisso com a verdade². Sendo o jornalismo para e na televisão, o telejornalismo é, em si mesmo, a soma imperfeita desta relação: tem aspectos definidos pela própria *totalidade jornalística* ou por seus elementos definidores – atualidade, periodicidade, difusão e universalidade (GROTH, 2011) –, mas, também, aspectos de reformatação e absorção de novas linguagens decorrentes da própria dinâmica da televisão. Portanto, televisão e jornalismo encontram-se no telejornalismo pela necessidade de manter a aparência do que efetivamente não são.

Neste jogo de contradições, o telejornalismo constrói-se em dois sentidos: ele é o *logos*, ou a razão, que desvela o fato/acontecimento por meio de um discurso fundamentado na lógica e na coerência, como a representação clara e necessária do fato/acontecimento; e é o *phainomenon*³, aquilo que se mostra por si mesmo, que se revela e se expõe por meio da imagem (revelada e reveladora) da realidade. Essa relação oblitera que o telejornalismo tem uma ligação complexa com um terceiro sentido, a *alétheia*⁴: o telejornalismo, em seus formatos tradicionais, trabalha para revelar o que é factual ou pontual, mas, ao fazer isso, constrói um véu sobre um panorama mais amplo, ou a própria percepção da realidade social complexa. No telejornalismo, o factual coloca-se como a verdade estruturante (que reafirma a estrutura social), pois diz respeito ao que pode ser mudado ou corrigido, aponta culpados e, portanto,

² Considerando que a verdade também seria, no senso comum, algo imutável.

³ Do grego antigo *phainomenon* e do latim tardio *phaenomenon*: fenômeno, algo que aparece, que é real.

⁴ Em grego antigo: a verdade. Especificamente, seu sentido na frase diz respeito à relação simultânea e codependente da verdade com a realidade.

inhere a possibilidade de soluções; enquanto o contexto é sentido como a *verdade desestruturante*, a verdade que incomoda porque não traz soluções está diretamente ligada às contradições da modernidade e do modelo capitalista industrial e, portanto, questiona o próprio modelo social.

Consequentemente, expor a verdade estruturante reafirma a importância do jornalismo, enquanto a exposição da verdade desestruturante afetaria a relação do telejornalismo com as instituições sociais políticas e econômicas, além de colocar em questão o próprio jornalismo, que, em si mesmo, é uma atividade estruturante desta realidade.

Neste sentido, buscamos entender como dois espaços tradicionais do telejornalismo – a previsão do tempo (as informações sobre as condições climáticas) e as notícias sobre o trânsito (que, muitas vezes, são elementos interdependentes) – são trabalhados nos telejornais diários e qual a sua importância qualitativa e quantitativa nos conteúdos telejornalísticos. A hipótese de trabalho é que, uma vez que não se constituem necessariamente de conteúdos factuais e aproximam-se do jornalismo de serviço, os espaços dedicados ao tempo e ao trânsito, e particularmente o espaço voltado para estes assuntos nos telejornais da Rede Globo de Televisão, não são tratados como verdades-estruturantes e podem constituir uma das narrativas possíveis sobre a modernidade.

A base deste trabalho é uma observação continuada do conteúdo sobre questões relativas ao tempo (previsão do tempo) e ao trânsito no telejornalismo veiculado nacionalmente pela Rede Globo de Televisão, mas também a presença destes conteúdos na emissora codificada ligada a ela, a GloboNews,

e nos telejornais locais veiculados a partir da cidade do Rio de Janeiro (capital simbólica da emissora), São Paulo (maior cidade do País) e, como contraponto, Goiânia (cidade planejada e com menor número de habitantes). A escolha do telejornalismo da Rede Globo de Televisão envolve a percepção de que a emissora tem fortes vínculos comerciais/econômicos e políticos, e trabalha a partir de contínuos investimentos em novas tecnologias; é um espaço de grande importância social.

Destaca-se aqui que a análise do telejornalismo somente será efetiva se pensada a partir das relações entre o contexto social e a produção de seus conteúdos. Opta-se, assim, por uma leitura crítica da mídia, o que inclui a percepção de que a comunicação é um processo de interação social, um espaço por meio do qual “a sociedade conversa com a sociedade” (BRAGA apud COHN et al., 2001, p. 17), mas, também, a compreensão de que o estudo sobre os processos comunicativos mediados envolvem entender as desigualdades entre produtores e receptores, o que, por sua vez, exige situar as desigualdades econômicas e sociais, mas, principalmente políticas, entre os diferentes grupos sociais e as características da produção de narrativas sobre a vida e o cotidiano da sociedade, em um processo de “enfrentamento tensional que, direta ou indiretamente, possa resultar em crítica interpretativa” (BRAGA, 2006, p. 46).

Destaca-se, também, que, embora envolva um acompanhamento sistemático dos telejornais, se trata de um estudo qualitativo. Alerta-se, igualmente, que o *tempo* do qual falamos diz respeito às questões meteorológicas, a chamada *previsão do tempo*, enquanto o trânsito refere-se às considerações sobre

as dificuldades de locomoção/deslocamentos nos espaços urbanos. Entende-se, no entanto, que estes temas/assuntos podem relacionar-se com outras coberturas jornalísticas, inclusive factuais.

O mundo e a esquina

No mundo contemporâneo, o jornalismo é a materialização da “necessidade vital do indivíduo de estabelecer ligação com o meio ambiente, com a comunidade, a sociedade, enfim, estar sintonizado com o seu grupo social” (MARQUES DE MELO, 1991, p. 21). Em termos ideais, o jornalismo representa a possibilidade de acesso rápido, ou mesmo imediato, aos fatos importantes ou essenciais para a vida social, fortalecendo o sentimento de *pertencimento*⁵ do indivíduo, mas, também, fornecendo condições reais para sua inserção social.

Essa relação estabelece-se a partir da modernidade⁶, período no qual as complexidades das relações sociais e de produção industrializada de bens fizeram surgir novas necessidades de circulação de informações e no qual o jornalismo impõe-se como espaço diferenciado de “questionamento de todas as autoridades, a crítica da política e a confiança irrestrita no progresso, no aperfeiçoamento contínuo da espécie” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 9). Desta forma, o percurso histórico do jornalismo reflete a própria aventura da modernidade, pois consolida-se a partir da valorização do espírito empreendedor bur-

⁵ Segundo Sousa, o sentimento de pertencimento cria condições que “possibilit[am] enraizamento e ge[am] identidade e referência social” (2010, p. 34).

⁶ Segundo Giddens, modernidade “refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (1991, p. 11).

guês e do discurso sobre a importância das democracias republicanas e suas delimitações essenciais. Em função destes aspectos, o jornalismo vincula-se a um percurso histórico no qual as questões ligadas ao interesse público e à cidadania passam a ser discutidas com mais intensidade.

Essa relação é delimitada pela própria ação jornalística, que se fundamenta na reunião da ética, técnica e estética (CHAPARRO, 1993, p. 13), pois diferencia-se de outros conteúdos, formalizando compromisso na divulgação de fatos verdadeiros (*phainomenon*). A síntese destes elementos resulta na compreensão de que o jornalismo trabalha a partir de um conhecimento da realidade do dia a dia e de uma intenção de *fidelidade aos fatos*: a apresentação de informações é um modo objetivo e exato (ou tão exato quanto possível) a partir da evidência dos próprios fatos (PARK, 1972).

Mas entender o jornalismo contemporâneo exige também a compreensão de uma sociedade marcada pelo uso das mídias⁷, ou pela midiatização⁸, ou seja, o uso intensivo dos meios de comunicação de amplo alcance, em um ambiente definido pelo capitalismo e pela produção industrial em larga escala, na qual um dos elementos definidores é um modo de vida no qual despontam os grandes conglomerados urbanos

⁷ Adota-se, neste texto, a percepção de que os termos *media* e *mediatização* dizem respeito à totalidade dos meios de comunicação, uma vez que *media* é o plural de *médium*, palavra de origem latina que significa, em uma tradução direta, meio. Já o termo *mídia*, aportuguesado do inglês, aplica-se apenas aos meios de comunicação que ampliam e/ou reproduzem as mensagens.

⁸ A partir do conceito de Sodr (2002), que entende a midiatizao como outro "bios" – o bios-miditico, que afeta as relaoes e interaoes sociais e as formas de percepo do mundo.

e todos os problemas decorrentes desta urbanização e pelo consumo exacerbado de produtos e serviços.

O telejornal insere-se nesse panorama como um espaço consolidado no qual os indivíduos buscam diariamente um conjunto variado e colorido de informações que os produtores de informações, ordinariamente jornalistas, selecionam e elaboram (redigem, editam, constroem) em função de um público idealizado. A importância destes conteúdos é sempre relativa, mas destaca-se principalmente em função da convalidação dada pelos números majoritários da audiência. Desta forma, embora os jornalistas/telejornalistas justifiquem suas ações em torno de argumentos da ética, da técnica e discursos autojustificativos de isenção, a importância estratégica do telejornal está na recepção coletiva, na certeza de que muitas pessoas sabem/têm acesso aos mesmos dados/conteúdos.

Neste ponto, convém deixar claro que no jornalismo a *verdade* constrói-se em oposição ao que é falso, ficcional ou não real. A verdade pode ser entendida também como meta desejada; e, mesmo que seja algo intrinsecamente impossível, seu inverso – a mentira, a fantasia, a invenção – é a negação da função definidora do próprio jornalismo (TEMER, 2014, p. 97). “O texto jornalístico pode ser retoricamente ficcional, mas não fictício, enquanto o literário comporta apenas o ficcional e o fictício” (SODRÉ, 2009, p. 167).

Mas o jornalismo também diz respeito a uma *ação sobre a verdade* que modifica seu impacto: as *verdades* são, muitas vezes, desconhecidas (como no caso das descobertas científicas). Isso não as torna falsas, mas as coloca no limbo do *não* conhecimento. Ao desvelar um fato/acontecimento, ao lhe dar ou ampliar a visibilidade, o jornalismo transforma-o em

uma informação publicamente conhecida e compartilhada, de tal forma que o receptor, não apenas sabe a informação, mas também sabe que grande número de pessoas teve acesso aos mesmos dados.

Essa relação muda a natureza da informação e faz também do jornalismo um vetor cobijado para divulgação de fatos/acontecimentos que possam beneficiar ou privilegiar interesses de diferentes grupos sociais, empresariais, sociais e políticos, além dos interesses das próprias empresas jornalísticas/midiáticas. O jornalismo é, portanto, um sistema híbrido: um espaço público que, por definição ética e técnica, deve abrir-se para os discursos e representações de diferentes discursos e questionamentos, mas também um ator social que define seu espaço a partir de diferentes interesses, inclusive a manutenção de seu *status* privilegiado.

Consequentemente, as ações do telejornalismo devem ser sempre pensadas como ações estratégicas cuja finalidade primordial está na conquista da audiência, condição essencial para a manutenção de sua importância e sobrevivência a social.

Jornalismo, atualidades e serviços

A dinâmica das grandes aglomerações urbanas contemporâneas consolidou o jornalismo como parte importante do sistema de circulação de informações. Na cidade moderna, laboratório social privilegiado (PARK, 1987), o jornalismo consolida-se como atividade industrial sofisticada e produto de consumo cotidiano porque oferece ao leitor a mercadoria mais importante das cidades modernas: o tempo.

Controlar o tempo, em suas diferentes e interligadas dimensões, tem sido uma das ambições humanas.

Como os indivíduos (a humanidade) não podem controlar o tempo, procuram fazê-lo controlando seu uso, o que inclui modificar (controlar) o espaço físico. A relação tempo x espaço não é neutra: efetivar/controlar o uso do espaço é uma demonstração de força e poder cujos reflexos interferem no uso do tempo. O jornalismo interfere nesta relação oferecendo a seus leitores informações (*notícias*) que sugerem a possibilidade de *otimizar* o uso de seu tempo. Conseqüentemente, o jornalismo propõe-se a *agir* sobre o tempo, reconstruindo-o ou redimensionando-o continuamente.

A questão do tempo é marcante para o telejornalismo também em outros sentidos. Para começar, o tempo é algo extremamente preciso na televisão (BOURDIEU, 1997, p. 23), mas também a própria atividade jornalística define-se a partir da *atualidade* e da *notícia*⁹. Essa relação impactante empalidece outras formas pelas quais o jornalismo relaciona-se com a possibilidade de *controlar* o tempo, o chamado *jornalismo de serviço*, o que inclui informações aparentemente rotineiras e previsíveis sobre o cotidiano, como dados sobre o tempo e o trânsito.

O *jornalismo de serviço*, ou de prestação de serviço, envolve um conceito e uma proposta de trabalho que migraram das redações jornalísticas para a academia sem deixar de lado sua relativa ambigüidade. Sua conceituação é complexa, uma vez que o jornalismo, como atividade profissional e função social, dá-se a partir da divulgação de informações úteis, se construindo como um *serviço* à comunidade. Mas apesar de sua relativa ambigüidade, a expressão deve ser entendida a partir um campo semântico

⁹ Entendendo a notícia como fato novo, de interesse público e de interesse do público.

diferenciado¹⁰, pois diz respeito aos conteúdos cuja utilidade está na prestação de assistência, no de auxílio ao receptor, nas decisões necessárias no cotidiano. Trata-se, portanto, de um conteúdo cujo objetivo é “a intenção de esclarecer, orientar ou mesmo despertar a consciência do telespectador quanto a um problema qualquer” (REZENDE, 1998, p. 168).

Em princípio, é *jornalismo de serviço* o conteúdo que pretende servir de guia aos leitores (EIDE, 1997, p. 173-182), prepará-los para o cotidiano. Sua origem está ligada às revistas femininas e na proposta de ensinar a leitora a “poupar tempo e dinheiro” (JOFFILY, 1991, p. 98-99), mas a proposta ampliou-se conforme o jornalismo impresso sentiu-se pressionado pela agilidade e rapidez dos veículos eletroeletrônicos.

Atualmente, o jornalismo de serviço está instalado em diferentes formatos e veículos, sempre se destacando pelo potencial utilitário da informação para a audiência (REZENDE, 1998, p. 168), mas, particularmente no telejornalismo, a fórmula foi recriada a partir das novas necessidades dos receptores/telespectadores que, inseridos em dinâmicas de múltiplos acessos a diferente dados, passam a necessitar de menos informação e mais orientação¹¹.

Esse *jornalismo do cotidiano* igualmente diz respeito a questões referentes ao dia a dia humano em seu senso comum: a vida cotidiana que não age no indivíduo, mas sobre ele, definindo “toda a esfera das experiências cotidianas, direções e ações através das

10 O termo *service journalism* é utilizado nos Estados Unidos (DIEZHANDINO, 1994, p. 75), sendo a partir dele traduzido e adotado no Brasil.

11 No original: “En la edad de la información, la gente puede necesitar ‘menos información’ e mas guía” (DIEZHANDINO, 1994, p. 77, grifos do autor).

quais os indivíduos lidam com seus interesses e negócios, manipulando objetos, tratando com pessoas, concebendo e realizando planos” (SCHUTZ apud CORREIA, 2005, p. 39).

Uma vez que a cotidianidade “é composta pelo conjunto de atividades voltadas para a existência do indivíduo” (AGUIAR; HERSCHMANN, 2014, p. 8), o jornalismo de serviço parece rondar sempre questões direta ou indiretamente relativas ao dia a dia, em um discurso que materializa simbolicamente a complexidade da vida ordinária, orientando sobre a organização do trabalho e da vida privada, dos lazeres e do descanso, das atividades sociais, dos deslocamentos e dos problemas relativos às vidas comuns e individuais.

Inserem-se neste espaço as questões relativas ao deslocamento urbano – ao trânsito; e o aspectos relativos à meteorologia – o tempo. Esses elementos, que têm certa constância no jornalismo, estão cada vez mais presentes em termos qualitativos e quantitativos nos telejornais, seja em função dos problemas decorrentes do gigantismo das cidades, seja em função das mudanças climáticas.

No sol é poeira, na chuva é lama

O jornalismo é uma atividade urbana: seu crescimento e desenvolvimento dá-se, primordialmente, a partir das necessidades de informação das cidades¹² industriais modernas que, por sua vez, se definem a partir da rápida transformação do espaço físico e da complexa divisão de trabalho. Sendo o resultado de um modelo de produção capitalista e industrial¹³, sua

¹² A Conferência Europeia Estatística de Praga estabeleceu como critério para definição de cidade uma população de mais de 10 mil habitantes (CASTELLS, 2011, p. 41).

¹³ “O capitalismo é um sistema de produção de mercadoria centrado sobre a relação entre a propriedade privada do capital e o trabalho assalariado sem a posse de propriedade”

marca é o crescimento territorial e humano desordenado (novos habitantes e novos bairros), o que gera constantes problemas infraestruturais.

No caso particular das cidades coloniais da América Latina, que crescem a partir de uma relação de dependência com a metrópole¹⁴, são marcantes as contradições internas, em um contexto marcado por relações de dominação, segregação e abismos sociais, que resultam em situações explícitas de luta e violência social. No Brasil, assim como em outros países da região, as grandes cidades contemporâneas são espaços inchados por “uma população desenraizada e em mutação” (CASTELLS, 2011, p. 82), em parte proveniente do êxodo rural, mas cujo resultado é um grande número de desempregados, que formam um *exército de reserva* mal qualificado, que busca inserir-se como trabalhadores de uma indústria economicamente frágil e tecnologicamente dependente.

As condições da estratificação social nestas cidades inclui a segregação das classes de menor poder aquisitivo para os subúrbios, morros ou cidades dormitórios e outros locais pouco desejados, nos quais se incluem zonas de alto risco (locais sujeitos a desabamentos, inundações etc.), que, de tempos em tempos, alimentam o jornalismo com tragédias previsíveis e anunciadas que, por sua vez, são seguidas

(GUIDDENS, 1991, p. 61). Já o industrialismo caracteriza-se pelo “uso de fontes inanimadas de energia material na produção de bens, combinado ao papel central da maquinaria no processo de produção” (GUIDDENS, 1991, p. 61).

¹⁴ Uma sociedade é dependente quando a articulação de sua estrutura social, em um nível econômico, político e ideológico, exprime relações assimétricas com outra formação social que ocupa, ante a primeira, uma situação de poder (CASTELLS, 2011, p. 82).

por campanhas de solidariedade e recolhimento de donativos.

Esse ciclo, evidentemente, é afetado pelos momentos de crise ou crescimento. No caso mais recente, soma-se ao período de relativa pujança econômica, uma nítida mudança no perfil do público da televisão, resultante da migração dos receptores de maior poder aquisitivo para as emissoras a cabo e da democratização do acesso à internet, alterações que levaram as emissoras de televisão, e particularmente a Rede Globo, a buscar novas estratégias para conquistar uma parcela de receptores que não pertencem aos bairros abastados das cidades.

Essa mudança não foi rápida. Redes de emissoras, como a Record e o SBT, perceberam o potencial deste público e apostaram em telejornais com formato mais sensacionalista, mas que privilegiavam esses espaços em suas narrativas/representações. Embora sua contribuição fosse marcadamente negativa, em geral estereotipando as representações das periferias urbanas, os telejornais com apelo popular/grotesco¹⁵ trouxeram para a telinha espaços populares que antes eram pouco vistos no telejornalismo, abocanhando fatias significativas da audiência.

Incomodados pela migração da audiência, os formatos clássicos voltaram-se para novas abordagens. No caso, o processo envolveu uma tematização¹⁶ das questões relativas à segurança pública, mas

¹⁵ O grotesco está presente na marginalidade das manifestações artísticas, na ordem da monstruosidade, da estranheza e do sinistro (TEMER; TUZZO, 2012, p. 4, grifo das autoras).

¹⁶ Considera-se tematização quando os veículos de imprensa "elegem temas, apresentam os fatos relevantes para a compreensão de tais temas e ainda, num processo mais complexo e mais a longo prazo, ajudam a estabelecer os valores que presidirão a realidade construída" (MIGUEL, 1998, p. 201).

também o apelo às coberturas que denunciavam a falta de estrutura urbana e, particularmente, às questões relativas ao trânsito e os anúncios meteorológicos e outras questões relativas ao cotidiano dos receptores, muitas vezes em tom de denúncia e cobrança de ações dos governos, mas sempre oferecendo dicas e orientações (características do conteúdo de serviço), e também assumindo uma dinâmica que ignora os processos históricos e “vilaniza” a atuação dos governos atuais ou recentes.

Inseridos neste contexto, o tempo e o trânsito são vistos como elementos que caminham em paralelo, um interferindo no outro, complicando, dificultando, transtornando o cotidiano dos indivíduos comuns.

Um dia chove, outro diz faz sol

Então, Maju, teremos hoje mais um dia de sol, podemos desistir do frio do inverno?
Como hoje é feriado, eu procurei, procurei, mas não achei um engarrafamento...

Estes trechos, ou outros igualmente semelhantes em intimidade e descontração, são elementos constantes na previsão do tempo nos telejornais da Rede Globo de Televisão, em uma dinâmica que parece apontar a inserção de um assunto *mais leve* no conjunto das mazelas diárias presentes nos telejornais.

Trata-se de um ritual ao mesmo tempo discreto e agradável, não suficientemente ensaiado para parecer artificial, mas também não totalmente orgânico, uma vez que tem regras e duração claramente pré-definidos. Sendo ritual, a separação dos temas é bastante clara: a questão do trânsito está principalmente nos telejornais locais – Praça TV – com

inserções nos telejornais nacionais, principalmente quando diz respeito ao Rio de Janeiro e São Paulo, e particularmente quando envolvem feriados e situações especiais que dificultam o deslocamento. Nestes telejornais locais destaca-se também a inserção de quadros especiais, como o *Anda São Paulo*, que envolve questões relativas aos deslocamentos urbanos, linhas de metrô, trens e ônibus, condições das vias e todo um repertório que, de forma direta ou indireta, se vincula à questão do trânsito.

Enquanto o trânsito tem, em geral, um caráter mais local, a previsão do tempo está presente nos jornais veiculados nacionalmente, com algumas inserções locais.

Suas características e conteúdo aparentemente simples obliteram a percepção de que se trata de *constructos* ideológicos que atuam no sentido de gerar críticas e indignações individuais, ao mesmo tempo em que estabelecem/definem questões relativas ao *status* dos entrevistados – e por extensão, dos receptores –, e representam, de forma exógena, aspectos socialmente interessantes da vida urbana. Analisado em conjunto, esse material define as regiões urbanas e os diferentes *status* de seus moradores.

As dificuldades do trânsito, conforme inseridas no telejornal, reforçam/constróem um mapeamento urbano, delimitando a cidade dos moradores dos bairros centrais, cujos problemas são diferenciados, e a cidade dos moradores da periferia, que peregrinam diariamente até o centro e/ou local de trabalho, como se cumprindo sua penitência diária, tribulação atribuída pela pobreza e pela falta de opções melhores. Ancorados em uma abordagem sempre local/pessoal, o material jornalístico coloca cada questão

do trânsito como se fosse única ou específica, e não um problema geral das grandes cidades do mundo, em uma crítica velada (mas constante) sobre a falta de habilidade/competência dos governos em lidar com esse problema.

Da mesma forma, o mapeamento do tempo abre espaço para uma definição dos *status* (ou uma vocação natural/naturalizada) atribuídos às diferentes regiões do Brasil. Essa relação é sempre sutil: no Rio de Janeiro, o sol é definido como o tempo da praia; no Nordeste, é a atração para os turistas; no Centro-Oeste, afeta a produção agrícola; no Sul, surpreende os turistas, e assim por diante, consolidando estereótipos e reforçando imagens símbolos destas regiões, que estão presentes como pano de fundo na divulgação das condições meteorológicas.

Outro aspecto em comum entre os dois temas é sua utilização como espaço de demonstração das novidades tecnológicas do telejornalismo, como câmaras ocultas e recursos de ilustração eletrônica, além da inserção de conteúdos colaborativos enviados pelos receptores. Essa relação reforça o *status* da emissora, que se apresenta como dona de informações privilegiada, ou de um saber maior, controladora de uma tecnologia fascinante, que permite demonstrar ou digerir o conhecimento para facilitar o alcance a ele das pessoas comuns, mas que também, gentilmente, abre espaço para a participação de todos.

Não raramente, as matérias sobre o tempo e o trânsito são vinculadas – dão sequência ou precedem – às matérias sobre acidentes e tragédias ambientais. Essa relação reforça a importância de ambos os conteúdos, estabelecendo um processo de revalidação (um conteúdo valida o outro e vice-

-versa), mas também faz do trânsito e das tragédias climáticas uma verdade-estruturante, pois aponta culpados para as mazelas retratadas no telejornal. É digno de nota que a Rede Globo de Televisão e suas emissoras afiliadas desenvolvem essa relação de forma bastante competente, de forma que, passado o fato/acontecimento relatado (o acidente ou tragédia), permanece o sentimento de indignação com as falhas infraestruturais e, portanto, com os responsáveis por essas falhas, normalmente representantes do Estado e do governo.

O que me importa os males da China se os meus calos doem muito mais

A análise do telejornalismo veiculado pela Rede Globo de Televisão, tanto nos telejornais locais como no jornalismo veiculado nacionalmente, apesar de constituírem-se ou serem construídos como jornalismo de serviço, apoia-se em matérias que valorizam ou fazem vínculo com o factual, sendo normalmente apresentadas como verdades estruturantes.

Desta forma, as matérias jornalísticas sobre o tempo, a localização espacial, o trânsito e aspectos relativos a estes dois temas não formam um enredo, e, sim, um conjunto de fragmentos que não constituem uma narrativa em si mesma, mas recortes aparentemente desconectados.

Também fica claro que sua utilização é útil para obliterar a percepção de que “o controle do tempo de deslocamento é a força mais poderosa que atua sobre a produção do espaço urbano” (VILAÇA, 2012, p. 287). Sobretudo, trata-se também de um conteúdo que reforça a segregação dos espaços urbanos e insinua a inutilidade dos embates sociais. Consequente-

mente, embora as informações telejornalísticas sejam reafirmações de verdades estruturantes, elas trazem no seu bojo interesses que vão além destas verdades.

Particularmente no telejornalismo da Rede Globo de Televisão, o espaço urbano apresenta-se como algo dado (imóvel ou eternizado) e, portanto, algo que tem poder em si mesmo (VILAÇA, 2012, p. 290). O mesmo ocorre com a previsão do tempo – este é apresentado como algo fora do controle, assustador em si mesmo, mas cujos prejuízos poderiam ser minorados pela ação humana (particularmente pelas ações do Estado).

Neste sentido, o telejornalismo é também um afastamento da realidade, uma vez que funciona como uma porta que leva o receptor para o mundo do se (do que seria se a pista da rodovia fosse duplicada, se as autoridades tivessem investido em educação ou se não houvesse corrupção etc.). Consequentemente, é também a criação de mundos imaginários, mundos fragmentos, que, ausentes no texto, se revelam nas possibilidades implícitas.

Colocadas como dados concretos, as informações sobre o tempo e o trânsito representam as verdades estruturantes nas quais o receptor é vítima e produtor. Essa relação é reforçada pela percepção de que o mundo do tempo e do trânsito exposto no telejornalismo não é o mundo distante da queda das ações nas bolsas asiáticas nem o mundo dos acordos de bastidores da política – distantes e misteriosos. É o mundo do cotidiano, onde os indivíduos circulam e atuam – mas é também um mundo de perdas, no qual o tempo e a própria vida é sutilmente roubada de cada indivíduo, por situações que individualmente não se tem controle. Um mundo no qual a vida

escapa como areia nas mãos de uma criança, que não se consegue reter ou moldar.

Nesse sentido, as informações sobre o tempo e o trânsito funcionam em dois sentidos: o primeiro, de aproximação com o receptor, levando até ele os temas que efetivamente são determinantes em seu cotidiano; e um segundo, mais sutil – mas também mais ideológico –, de afastamento: são montanhas que ele pode contornar, mas não remover. E é justamente neste movimento que o telejornalismo da Rede Globo de Televisão reforça uma inércia maior, aquela que aponta para a eterna manutenção dos abismos sociais que caracterizam os espaços urbanos brasileiros.

Referências

AGUIAR, M. L. de S. R.; HERSCHMANN, M. Vida cotidiana: em torno de Agnes Heller e Michel de Certeau. **Mídia e Cotidiano**, v. 1, n. 5, dez. 2014. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/115/115>>. Acesso em: 23 jul. 2015.

BOURDIEU, P. **Sobre televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTELLS, M. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011. v. 1.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1993.

COHN, G. et al. **Campo da comunicação**: caracterização, problematização e perspectivas. João Pessoa: UFPB, 2001.

CORREIA, J. C. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

DIEZHANDINO, M. **Periodismo de servicio**: La utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek, U.S. News World report y unos apuntes del caso español. Barcelona: Icaria, 1994. (Colección Bosh Comunicación).

EIDE, M. A new kind of newspaper? Understanding a popularization process. **Media, culture and society**, London/New Delhi, v. 1, n. 19, p. 173-182, abr. 1997.

Giddens, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

JOFFILY, R. **Jornalismo e produção de moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MARQUES DE MELO, J. Indústria cultural, jornalismo e jornalistas. **Intercom**, São Paulo, v. 1, n. 65, p. 20-29, jul.-dez.1991.

MIGUEL, L. F. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**, São Paulo, v. 1, n.13, p. 74-87, mai. 1998.

PARK, R. E. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, C. S. (Org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972..p. 168-185.

PARK, R. E. Um roteiro de investigação sobre a cidade. In: VELHO, G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987. p. 97-122

REZENDE, G. J. **Perfil editorial do telejornalismo brasileiro**. 1998. 420 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Paulo.

SCHUTZ, A. **The phenomenology of the social world**. Evanston, IL.: Northwestern University Press, 1967.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, M. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUSA, M. W. O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição. **Significação**, v. 1, n. 34, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/68112/70670>>. Acesso em: 19 jul 2015.

TEMER, A. C. R. P. **Fertando com o caos**. Comunicação, jornalismo e televisão. Goiânia: FIC/CNPq, 2014.

TEMER, A. C. R. P.; TUZZO, S. A. Estética televisiva: da arte ao grotesco. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DA ESCOLA LATINO-AMERICANA DE COMUNICAÇÃO CELACOM, 16, 2012, Bauru. **Anais do CELACOM 2012. XVI Colóquio Internacional da Escola Latino-Americana de Comunicação**. Bauru (SP), 08-10 de agosto de 2012.

VILAÇA, F. **Reflexões sobre as cidades brasileiras**. São Paulo: Nobel, 2012.

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer

Pós Doutoranda na Universidade Federal do Rio de Janeiro
Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás.

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/2424054335258827>