



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Fabiane Proba

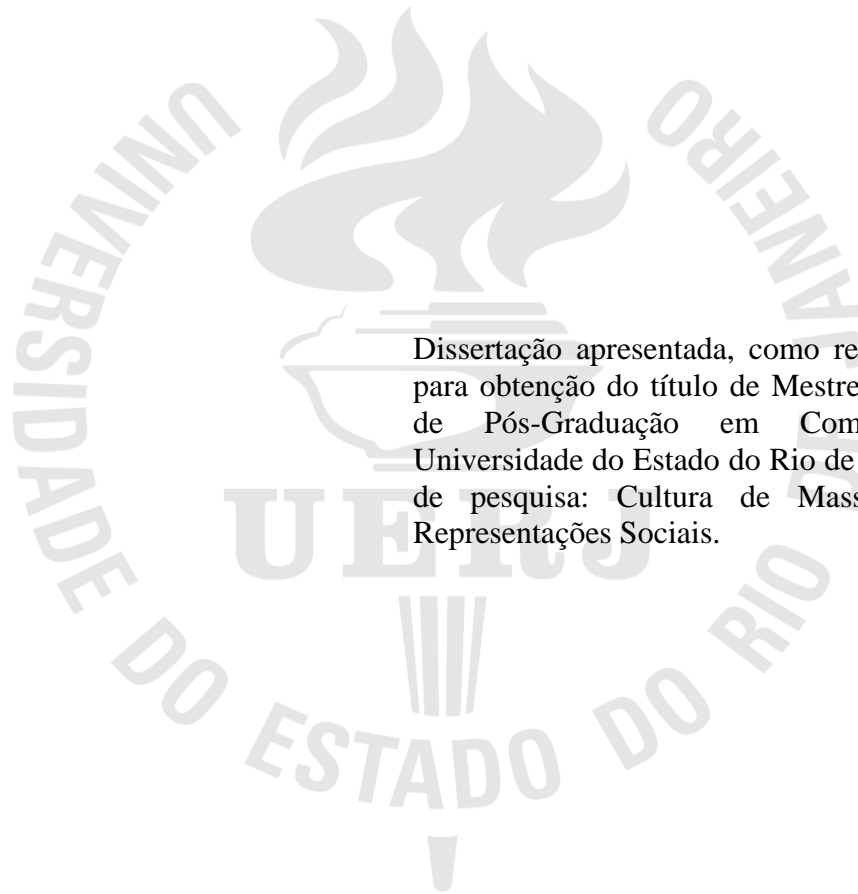
Entre mapas e moças do tempo: informação e entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias

Rio de Janeiro

2011

Fabiane Proba

Entre mapas e moças do tempo: informação e entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de pesquisa: Cultura de Massa, Cidade e Representações Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Hugo Rodolfo Lovisolo

Rio de Janeiro

2011

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/A

P962

Proba, Fabiane.

Entre mapas e moças do tempo : informação e entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias / Fabiane Proba. – 2011.

110 f.

Orientador: Hugo Rodolfo Lovisolo.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Comunicação Social.

1. Telejornalismo – Teses. 2. Previsão do tempo – Teses.
3. Meteorologia – Teses. 4. Entretenimento – Teses. 5. Jornal Nacional (Programa de televisão) – Teses. 6. Rural Notícias (Programa de televisão) – Teses. I. Lovisolo, Hugo Rodolfo. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

nt

CDU 070:654.197

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação.

Assinatura

Data

Fabiane Proba

**Entre mapas e moças do tempo:
informação e entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de pesquisa: Cultura de Massa, Cidade e Representações Sociais.

Aprovado em 20 de setembro de 2011.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Hugo Rodolfo Lovisolo (Orientador)
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof. Dr. Aristides Ledesma Alonso
Departamento de Fundamentos da Comunicação
Faculdades Integradas Hélio Alonso – FACHA

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Rio de Janeiro
2011

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Professor Hugo Lovisolo, pessoa cativante, obrigada pela amizade e confiança, pelas longas conversas, pelos ensinamentos, pela descoberta de novos caminhos e por fazer crescer em mim a paixão pela Academia.

A minha mãe Vera Lucia Proba, meu exemplo de garra e coragem, agradeço por acreditar nos meus sonhos, pelo suporte, pela escuta interessada, pela energia, por me levantar! Falar de você nunca é o suficiente.

Ao meu pai Gumercindo Proba, inspiração para o tema deste estudo, e meu leitor fiel.

A minha irmã Adriane Proba, pela alegria e cumplicidade, pela palavra e gestos que falam mais do que palavras.

Aos tios Lucia Helena e Adalberto Pereira e primos Isabele e Eron Pereira, pela acolhida mineira, ajuda e paciência com minhas longas jornadas em fazendas e na Ceasa de Barbacena (MG), que viabilizaram minha pesquisa de campo.

Ao Professor Ricardo Freitas, pela generosidade, auxílio incondicional e importância na minha trajetória acadêmica na UERJ.

Aos Professores Denise Siqueira, João Maia, Márcio Gonçalves e Ronaldo Helal, por me proporcionarem amadurecimento intelectual com as disciplinas durante o Mestrado.

Aos colegas de turma, pelo companheirismo e troca de ideias, em sala de aula, no intervalo, na biblioteca, no bar, em seminários e congressos ... foi gratificante caminharmos juntos.

Ao Celestino Baptista e a Ana Paula Tatagiba, da secretaria do Mestrado, agradeço pela ajuda de sempre.

Ao amigo Carlos Alberto Medeiros, pelo auxílio com a Língua Inglesa.

À jornalista Flávia Freire, que gentilmente me recebeu em seu local de trabalho, para uma longa e produtiva conversa na Rede Globo, em São Paulo – SP.

À jornalista Lilian Lima do Canal Rural, pela entrevista, carinho e interesse por meu trabalho.

Às quarenta pessoas entrevistadas, obrigada pela atenção e por abrirem suas intimidades.

RESUMO

PROBA, Fabiane. *Entre mapas e moças do tempo: informação e entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias*. 2011. 110 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

Este trabalho é um estudo sobre a mistura que se estabelece entre informação meteorológica e entretenimento nos quadros da previsão do tempo de dois telejornais nacionais das Organizações Globo: Jornal Nacional – JN (canal aberto – Rede Globo) e Rural Notícias – RN (canal fechado – Canal Rural). A recepção dos programas sobre o tempo é analisada a partir de entrevistas abertas, com 40 espectadores de ambos os noticiários, habitantes da cidade e do campo. Também por meio de entrevistas, são avaliadas as representações da produção, privilegiando as denominadas “moças do tempo”, Flávia Freire (JN) e Lilian Lima (RN). Auxiliam na identificação do entretenimento, nos espaços da meteorologia, a observação do surgimento do consumidor moderno, a extensão do consumo ao lazer, o divertimento pela televisão, o tempo como assunto para conversa, as representações do corpo na cultura brasileira e traços da educação na transmissão meteorológica no Telejornalismo do país. Assim, são analisados os formatos dos quadros do tempo, suas funções aparentes, formatações, imagem corporal construída de suas apresentadoras e o público-alvo de cada telejornal. Esses principais pontos são relacionados com o pensamento de autores que estudam comunicação, tempo, hedonismo, utilitarismo, consumo, representações sociais, corpo, educação e pedagogia. A previsão da meteorologia aparece com várias funções, sendo dominantes a ênfase no cotidiano, em ambos os jornais; o foco no lazer, sobretudo no Jornal Nacional; e o destaque para o vínculo com a produção rural em sentido amplo, no caso do Rural Notícias.

Palavras-chave: Quadro do tempo. Meteorologia. Entretenimento. Moça do tempo. Jornal Nacional. Rural Notícias.

ABSTRACT

This work is a study about a mixture between weather information and entertainment on the weather forecast board of two Brazilian newscasts from Globo Organizations: Jornal Nacional – JN (broadcast by an open channel – Rede Globo) and Rural Notícias – RN (by paid channel – Canal Rural). The reception of the weather program is assessed by open interviews with 40 viewers of both newscasts that live in cities and in the countryside. Also through interviews, the production representations are assessed with the weather girls Flávia Freire (JN) and Lilian Lima (RN), both of them well known by the audience. The observation of the emergence of the modern consumer, the extension of consumption to leisure, television as entertainment, the weather as a subject of conversation, the representations of the human body in Brazilian culture and education features in the transmission of weather reports by Brazilian TV are subjects that help identifying leisure on the weather board. Therefore, weather report formats, seeming functions, formatting, the built-up bodily image of their anchorwomen and the target audience of each newscast are subjected to analysis. These main themes are related to the visions of authors who study communication, weather, hedonism, utilitarianism, consumption, social representations, body, education and pedagogy. The weather forecast is shown as having several meanings, the emphasis being on everyday life, on both newscasts; the accent on leisure, above all on Jornal Nacional; and the emphasis on the broad meaning of the agricultural production, on Rural Notícias.

Keywords: Weather Board. Meteorology. Entertainment. Weather Girl. Jornal Nacional. Rural Notícias.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	9
1	O CONSUMO DE INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO NO JORNAL NACIONAL E NO RURAL NOTÍCIAS.....	15
1.1	O surgimento do consumidor moderno.....	15
1.2	O consumo do lazer.....	17
1.3	O consumo do lazer pela televisão: informação como entretenimento.....	18
1.4	O tempo no consumo do lazer.....	21
1.5	O tempo no Jornal Nacional.....	22
1.6	O tempo no Rural Notícias.....	24
1.7	Tensão e Distensão no Jornal Nacional.....	28
1.8	Moças do tempo: o corpo no Telejornalismo	33
2	TELEJORNALISMO E EDUCAÇÃO: O PRAZER DE APRENDER ENTRE MAPAS E MOÇAS DO TEMPO.....	39
2.1	Educação e mídia: reprodução social e prazer.....	39
2.2	Utilidade e satisfação na aprendizagem.....	42
2.3	Telejornalismo no Brasil: meteorologia e educação.....	43
2.3.1	<u>Prazer pelo quadro do tempo.....</u>	44
2.3.2	<u>Utilidade na meteorologia.....</u>	48
2.4	Televisão brasileira como educadora.....	50
3	A VISÃO DO PÚBLICO URBANO.....	52
3.1	Descrição das entrevistas.....	53
3.2	O tempo como tema de conversa.....	56
3.3	O quadro do tempo no JN e no RN: intervalo e informação.....	58
3.4	Tensão e Distensão no Jornal Nacional.....	61
3.5	Entretenimento no quadro do tempo: formato atraente e mulheres à frente dos mapas.....	63
3.6	Admiráveis apresentadoras: sensualidade e respeito.....	69
4	A VISÃO DO PÚBLICO RURAL.....	74
4.1	Descrição das entrevistas.....	74
4.2	O tempo no campo: mais trabalho, menos conversa.....	77
4.3	Em busca da informação ideal: Jornal Nacional x Rural Notícias.....	81

4.4	Distensão pela meteorologia do Jornal Nacional.....	84
4.5	O prazer da informação com as moças do tempo.....	87
5	A VISÃO DAS MOÇAS DO TEMPO.....	93
5.1	Meteorologia no Jornal Nacional: informação leve para o relaxamento..	94
5.2	O prazer de informar-se com as moças do tempo.....	96
5.3	Beleza e competência na meteorologia do JN.....	97
5.4	Admiráveis moças do tempo também no Rural Notícias.....	99
5.5	Informação do tempo no RN: mais trabalho, menos distração.....	100
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
	REFERÊNCIAS.....	107

INTRODUÇÃO

O apresentador da TV chama a moça do tempo. No sofá da sala, minha cara senhora, silenciosamente sobe a pressão do seu marido. [...] A câmera as mostra dos tornozelos para cima. Talvez elas nem tenham pés. Talvez se movam sobre nuvens, como sugerem os babões incorrigíveis, mas as coxas são bem visíveis, o que não é pouco, não. [...] Elas vêm para cá. Elas vão para lá. Nisso, se exibem, apesar da obrigatória discrição dos figurinos. Ora bolas, o espectador deve prestar atenção ao que elas predizem, se não sai de galochas na temporada da seca e de terno branco no aguaceiro, né? (DAPIEVE, 2009).

O trecho da crônica do jornalista Arthur Dapieve, intitulada “A moça do tempo e o marido de sofá”, publicada em 2009 no Jornal O Globo, se refere aos quadros da previsão meteorológica no Telejornalismo brasileiro. Por meio de suas apresentadoras, o cronista ilustra a presença de uma “pitada” de lazer erótico na recepção das mensagens de universo tradicionalmente marcado pela seriedade, como o Jornal Nacional, da Rede Globo.

Linhas de estudos no campo da comunicação cercam o Jornalismo de cuidados, especialmente os telejornais, ao criticar interferências que possam colocar em risco sua credibilidade. Será que caberia tal zelo? O espectador confia menos na informação quando transmitida de modo a envolvê-lo em atmosfera que o relaxa e o entretém? Não seriam justamente os elementos de distração ingredientes importantes para uma comunicação eficiente?

Pretende-se satisfazer tais indagações gerais por meio da investigação da presença de uma mistura entre informação e entretenimento, entre utilidade e lazer, nos quadros meteorológicos do Jornal Nacional (Rede Globo – canal aberto) e do Rural Notícias (Canal Rural – canal fechado), ambos das Organizações Globo, sob a perspectiva da recepção e da produção de tais espaços nos dois telejornais.

Sensações de prazer e bem-estar, entendidas como necessidades do ser humano, são a chave para reflexões acerca da busca pelo divertimento em variadas formas no meio midiático, inclusive no Telejornalismo. Embora tenha surgido na Antiguidade, em ambiente sociocultural diverso do atual, a concepção filosófica do hedonismo pode ser pensada na contemporaneidade para o estudo do lazer e, por consequência, auxiliar na abordagem do tema da presente dissertação.

O termo vem do grego *hedonê*, que significa vontade, prazer, afirmando ser este o supremo bem da vida. Era uma teoria voltada para o indivíduo, tendo como princípio básico a busca do prazer enquanto virtude da construção humana. Os filósofos gregos Aristipo de Cirene e Epicuro foram principais representantes do pensamento hedonista.

Para o primeiro, o caminho para a felicidade era a busca pelo prazer e a diminuição da dor, sendo o próprio sentido da vida a satisfação corpórea de intensidade e longa duração. Já Epicuro afirmava que o verdadeiro prazer estava na ausência de sofrimento e na procura por satisfação com moderação e equilíbrio.

Apesar das diferenças, as ideias de ambos os filósofos concentram-se no indivíduo. Rizzuti (2002) comenta que pensadores modernos tendem a rever a antiga concepção individualista e adotam uma visão utilitarista, com a migração de uma ética individual para uma social, como felicidade para o maior número de pessoas.

No Brasil, a industrialização e a regulamentação da jornada de trabalho, na década de 40, acentuaram a separação entre o tempo do trabalho e o tempo do lazer, como destaca a autora. Assim, progressivamente ganhou força a ideia de se trabalhar mais para aumentar os rendimentos e poder desfrutar em larga escala do divertimento e dos benefícios dos avanços tecnológicos como elementos compensadores.

Nessa dinâmica que indica não ter fim, devido ao constante desejo hedonista do ser humano, a força de trabalho parece voltar-se contra o indivíduo, na medida em que este torna-se exausto ao fim de uma jornada, em condições debilitadas para gozar o lazer. Rizutti (2002) destaca que neste contexto ganham espaço, portanto, o divertimento pela televisão, pelo computador, a diversão automatizada e robotizada.

Müller e Costa (2010) também contribuem para refletir sobre a relação entre trabalho e lazer, na ideia de que desemprego e desigualdade social limitam para poucos um tipo de distração que a sociedade contemporânea habituou-se a perseguir, cada vez mais dependente do capital, como ir a cinema, clubes e parques de diversão.

Para os autores, trabalho e entretenimento são atividades complementares e não devem ser encaradas como opostas. “Como conquistar esse verdadeiro tempo livre em lazer, rico em qualidade e em vivências, dentro dessa sociedade globalizada que traz como consequência (...) o aumento de miseráveis que se vêem privados de desejar e de usufruir seus benefícios vitais?” (MÜLLER; COSTA, 2010).

Independente da origem e qualidade da diversão desfrutada, em função de poder aquisitivo ou cansaço pelo trabalho, é inegável que é próprio do ser humano buscar divertir-se. O hedonismo faz parte do objetivo do lazer, para que se alcance o bem-estar.

Além da observação às apresentadoras do tempo, como faz o marido de sofá, assim classificado pelo cronista Dapieve, outras variáveis proporcionam ao indivíduo um momento de distração ao assistir os quadros do tempo dos noticiários analisados neste estudo. Auxiliam na tarefa de identificá-las as entrevistas realizadas com 40 pessoas, sendo 20 moradores de

áreas urbanas, do Rio de Janeiro e Brasília, e 20 que vivem em zonas rurais, da cidade de Barbacena e distrito adjacente de Barro Branco, em Minas Gerais.

Para compor o desenvolvimento teórico do trabalho, são abordados inicialmente o surgimento do consumidor atual e a extensão do consumo ao lazer, com a contribuição de Campbell (2004). A Revolução Industrial e o Movimento Romântico, que se coincidiram no século XVIII, adicionaram o ingrediente emocional ao consumo, em oposição à objetividade da prática de consumir até então característica.

A busca desse novo consumidor pela satisfação em seus desejos e necessidades não mais apenas materiais, leva-o a experimentar também o consumo de um tipo de entretenimento, antes restrito às classes privilegiadas da alta sociedade européia. Foi então que começaram a se firmar como lazer atividades que são hoje prazerosamente incluídas nas despesas de famílias modernas e que ultrapassam as bordas do consumo dito “essencial e supérfluo”.

Freitas (2005) auxilia na compreensão do consumo de divertimentos na cidade como meio de prosperidade no capitalismo. Por meio de Martin-Barbero (2001), observa-se historicamente o começo dos espaços de entretenimento no Jornalismo, na Europa do século XIX. Para o lazer, a contemporaneidade encontra forte aliada pelo caminho: a televisão, que surgiu em cena no Brasil em meados do século XX.

A sedução da imagem ao alcance de milhões de brasileiros chama o consumidor para a distração e o relaxamento. E até mesmo diante do Telejornalismo, a busca pela diversão se faz presente, demonstrando a forte necessidade de superação do tédio, que talvez a informação não acondicionada provocasse. Debord (1997) é abordado para a análise da “necessidade” social de realização pelo lazer mesmo diante dos telejornais.

O quadro da previsão do tempo é um convite ao descanso e ao divertimento. Aspectos peculiares a este momento do noticiário contribuem para isso, como o fato de a informação meteorológica tender a ser linear, sem novidades de um modo geral, o que gera uma absorção leve da mensagem, sem que se exija a formulação de pensamentos críticos. Além disso, não comporta discussão porque é um dado objetivo, da natureza, como sinaliza Elias (1984).

Por outro lado, o tempo é facilmente tema de conversa, que remete ao lazer e à sociabilidade, pois permite a interação social sem entrar na esfera da privacidade do outro quando desconhecido. É um tema público, talvez adequado para a conversa entre cidadãos que se conhecem no ponto de ônibus, na rua ou no bar.

A atuação do tempo no cotidiano da vida urbana e no planejamento das atividades rurais do público-alvo do Jornal Nacional (JN) e do Rural Notícias (RN), respectivamente,

está refletida no formato dos seus espaços da meteorologia. Enquanto no JN, o telespectador busca definir aspectos práticos do cotidiano, por meio de informações meteorológicas objetivas, com destaque para a dimensão do entretenimento, o público do Rural Notícias parece estar a serviço da atividade rural em sentido amplo.

Porém, mesmo neste último, o desejo do lazer pode se fazer presente, na atração do telespectador pela novidade e pela imagem das apresentadoras do tempo. Com seus estudos acerca dos processos de satisfação no lazer, Elias e Dunning (1985) auxiliam esta pesquisa ao refletirem que a excitação age positivamente nos divertimentos. Para eles, a tensão que precede um momento aguardado e desejado é agradável e intensifica o prazer quando alcançado.

Comparativamente, assistir a TV é uma atividade de lazer, ainda que diante de um telejornal. No caso do Jornal Nacional, o quadro da meteorologia é precedido por notícias que incomodam o espectador. Assim, após fase de excitação, com perturbadoras matérias, encontra-se o relaxamento no quadro do tempo, uma espécie de alívio e distensão.

Contribuem para esta distensão, as belas e elegantes apresentadoras da meteorologia. Nesta abordagem, uma análise das representações do brasileiro acerca do corpo é apresentada pelo conceito de fetichismo visual estudado por Canevacci (2008), como valorização da imagem, além de Durkheim (2003) e Moscovici (2002), sobre as relações entre indivíduo e sociedade na composição do senso comum.

Lovisoló (2002; 2006) reflete sobre a procura pelo lazer como meio de superar o tédio da sociedade moderna, inclusive pela exaltação aos ideais de juventude, saúde e beleza. Com o culto à forma física, o indivíduo realiza-se pela exploração de corpos na televisão, através da publicidade e indústria do entretenimento. E esse anseio por desentediarse pela apreciação ao aspecto corporal parece invadir também os noticiários, através de devaneios do público sobre as moças do tempo.

Por uma analogia entre os quadros da meteorologia e a Educação no Brasil, procura-se identificar traços que favorecem o entretenimento nesses espaços, que parecem estar orientados por um ideal educativo ou formativo. Os programas sobre o tempo despertam semelhanças com as escolas, como na seriedade e credibilidade próprias dos telejornais e da Educação, no conteúdo técnico que aparece na informação meteorológica e como na comparação da jornalista-apresentadora do tempo com a imagem da professora, no que se refere à postura, ao gestual e à segurança.

Propostas pedagógicas e práticas no campo educacional são relacionadas com o Telejornalismo na tentativa de aproximar ambos os universos por meio do reconhecimento do prazer adormecido nas escolas, porém destacado neste trabalho nos quadros meteorológicos.

São abordados para isso os pensamentos pedagógicos de teóricos que influenciaram a Educação no Brasil, como o suíço Johann Heinrich Pestalozzi que, sob influência do Romantismo, desenvolveu a ideia de que a Pedagogia deve comportar alegria e imaginação, atenuando seu rigor técnico-científico. Teoria que foi seguida pelo brasileiro Rubem Alves há cerca de 30 anos, para sugerir uma transformação na Educação do Brasil, após a redemocratização do país.

Lovisoló (1995) se insere mais uma vez neste estudo para mostrar que é possível identificar o gosto e a utilidade como motivações espontâneas para as ações humanas sob o ponto de vista dos atores sociais. Aspectos presentes no espaço da meteorologia dos telejornais garantem a satisfação e o interesse em absorver informação, em oposição ao que supostamente, para o pensamento crítico pedagógico, encontra-se na prática nas instituições de ensino para o aprendizado de crianças e jovens.

Com as relações entre quadro do tempo e sala de aula, apresentadora e professora, telespectador e aluno, busca-se evidenciar a eficiência da comunicação quando esta preenche uma lacuna afetiva. A elevação do prazer e do gosto em obter a informação leva a uma recepção interessada do público na meteorologia, mecanismo que igualmente poderia, sob determinadas condições, ser aplicado nas escolas em prol de um aprendizado eficaz.

São abordadas ainda ideias de teóricos franceses como Louis Althusser e Pierre Bourdieu, que destacaram a Pedagogia como ferramenta do capitalismo para reprodução da estrutura sóciopolítica com vistas ao lucro, o que geraria autoritarismo na Educação. No Brasil, Maurício Tragtenberg, entre outros, foi um dos que aplicou esse pensamento a fim de criticar o sistema educacional brasileiro na década de 80.

Os capítulos I e II deste trabalho compõem o arcabouço teórico da dissertação. No primeiro deles, aborda-se historicamente o surgimento do consumidor moderno e como seu modo de consumir se estendeu ao lazer. Também são temas do capítulo a sedução da imagem pela televisão como facilitadora do entretenimento, mesmo em telejornais, e a importância cultural dada à forma física, que evidencia os corpos das moças do tempo.

O Jornal Nacional e o Rural Notícias, assim como seus quadros da previsão do tempo, são observados no capítulo I, para o entendimento de seus perfis, públicos-alvo e utilidade da informação meteorológica para eles, que se refletem na forma de cada emissora transmitir a

mensagem, assinalando ou não proximidade com a distração e o relaxamento no momento da meteorologia.

O capítulo II se refere às comparações analógicas feitas entre os quadros do tempo e a Educação brasileira, a fim de que se identifique pontos determinantes para a penetração da esfera do divertimento nos espaços jornalísticos em questão. Os capítulos III e IV são destinados à pesquisa de campo, com a contribuição de 40 espectadores, em que busca-se verificar as considerações elaboradas na parte teórica, enquanto outras ideias suscitadas pelos entrevistados são postas em reflexão. A análise do receptor urbano cabe ao capítulo III, enquanto o público rural é estudado no capítulo IV.

Os assuntos abordados são principalmente a utilidade da informação meteorológica para ambos os públicos e o que esperam receber dos noticiários em questão, o tempo como tema de conversa, o quadro meteorológico assemelhando-se à hora do intervalo, um processo de tensão e distensão na recepção das mensagens no Jornal Nacional e o entretenimento pela notícia do tempo consolidado no formato atraente do quadro, na presença predominante de uma mulher à frente dos mapas e na apreciação às jornalistas apresentadoras.

Por fim, para trazer ao trabalho a perspectiva de quem produz os telejornais, o capítulo V dedica-se a entrevistas com as apresentadoras da meteorologia, Flávia Freire, do Jornal Nacional, e Lilian Lima, do Rural Notícias. Pelo modo como elaboram o JN e o RN, especialmente suas transmissões do tempo, seus depoimentos permitem avaliar as brechas pelas quais se insere o entretenimento para o receptor, como tudo aquilo que comporta o descanso, o relaxamento do dia a dia, o prazer, a satisfação, o encantamento, o não-trabalho.

1 O CONSUMO DE INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO NO JORNAL NACIONAL E NO RURAL NOTÍCIAS

Este capítulo aborda o surgimento do modo de consumir moderno e sua extensão ao consumo do lazer para analisar a inserção do entretenimento no Telejornalismo, por meio dos quadros da previsão do tempo, especialmente no Jornal Nacional e no Rural Notícias, procurando analisar seus formatos, funções aparentes, público-alvo e imagem corporal construída de suas apresentadoras.

1.1 O surgimento do consumidor moderno

Uma compreensão da sociedade moderna, por meio do estudo das mudanças políticas e econômicas, deve passar também pela observação histórica dos indivíduos em seus mecanismos de necessidade, satisfação e prazer. O entendimento de como se configurou o comportamento do consumidor moderno é uma importante contribuição para melhor assimilar o consumo em variadas formas e sua influência em setores da vida social como o lazer.

Primeiramente, numa tentativa de entender o consumismo atual, é fundamental recorrer às alterações de ordem econômica proporcionadas pela Revolução Industrial na Europa do século XVIII. Antes da industrialização, que começou na Inglaterra e se espalhou pelo mundo, o consumo era vinculado a objetivos de ordem prática, com a finalidade de suprir o que se classificava como necessidade.

A influência religiosa inglesa, com o puritanismo que pregava a limitação das despesas econômicas, parecia intocável enquanto a produção crescia lentamente. Porém, com seu ritmo acelerado e continuado imposto pela Revolução Industrial, o ascetismo perdeu soberania.

Paralelamente ao apelo econômico pelo consumo devido ao acúmulo de mercadorias, Colin Campbell (2004) mostra a influência do Romantismo do fim do século XVIII nos consumidores, em seu livro “A ética romântica e o espírito do consumismo moderno”.

O autor busca tecer uma teoria do consumismo contemporâneo, como extensão e atualização ao pensamento de Max Weber, que abordou o protestantismo para melhor entender o surgimento do capitalismo, associando o aumento da produção à possibilidade de enriquecimento almejada pelo pensamento religioso da época.

Campbell (2004) expõe que o tema do consumo era tratado exclusivamente por economistas e contabilistas. “Parecia, portanto, que o consumo, sendo uma forma de

procedimento econômico, devia ser colocado no pólo oposto da vida em relação a tudo o que, em geral, consideramos romântico” (CAMPBELL, 2004, p. 9)

Ele cita que, pelo Oxford English Dictionary, a palavra romântico é definida como marcada pelo romance, algo imaginoso, distante da experiência, visionário e, em relação ao método artístico ou literário, que prefere a grandeza, a paixão ou a beleza irregular, ao acabamento e às proporções.

Segundo o autor, o movimento romântico fez penetrar nos indivíduos o desejo pelo consumo desvinculado da rigidez dos objetivos práticos, entrando em cena a vontade de suprir não mais apenas necessidades materiais, mas também afetivas.

Embora o amor não fosse nenhuma descoberta no século XVIII, as atitudes para com aquele mudaram significativamente nessa época, tornando-o (...) um motivo suficiente para o casamento. Isso era claramente algo novo, pois (...) o casamento por essa única razão não era aceitável. O amor, e o amor somente, era a consideração soberana na escolha dos parceiros. Na verdade, todos os aspectos que hoje reconhecemos como característicos do amor romântico ficaram claramente delineados pela primeira vez durante esse período. (CAMPBELL, 2004, p. 45)

Assim, tal mudança de comportamento em relação ao amor influenciou a formação do consumidor que se observa atualmente, levando às compras o aspecto emocional, que as idéias românticas, pioneiramente, elevaram sua posição. O autor considera que o Romantismo legitimou uma ética de consumidor, da mesma forma que o Protestantismo legitimou uma ética da produção.

Mas qual é a consequência da afetividade no consumo? Colin Campbell (2004) elucida que falar de necessidade é relativo, pois produtos como brinquedos, livros de romances, produtos de beleza e roupas da moda compunham o tipo de compra restrito aos ricos, que classificavam tais artigos como necessidades.

A Revolução Industrial disseminou a prática de consumir, associada ao fato de que as indústrias de manufaturados produziam mais bens de consumo do que capital, predominando os objetos de “luxo” ou conhecidos como supérfluos. “A nova procura era por tudo o que não era de “primeira necessidade”, embora o que podia considerar incluído em tal categoria estivesse constantemente sendo redefinido.” (CAMPBELL, 2004, p. 42).

Esta evolução histórica, econômica e social, arquitetou o aspecto mais marcante do consumismo moderno, que é a insaciabilidade, como define Campbell (2004). Para ele, sua essência está na busca interminável de necessidades, necessidade do novo, com uma fome ilimitada de bens.

O consumidor moderno deve aprender que todas essas necessidades e desejos jamais serão satisfeitos. Isso nunca pode acontecer, por causa do processo aparentemente interminável da reposição, que assegura que quando uma

necessidade é preenchida, diversas outras habitualmente aparecem, para lhe tomar o lugar. [...] é um fato central do comportamento deste consumidor nunca fechar-se realmente o hiato entre necessitar e alcançar. (CAMPBELL, 2004, p.58)

Estimulando ainda mais este círculo vicioso, o autor assinala que a inventividade, traço característico do homem moderno, leva à produção sem fim de novos produtos e serviços, existindo também um hiato crucial entre uma nova invenção e uma nova necessidade. Assim, Campbell sintetiza que “no mundo moderno, a produção do consumo se torna mais importante do que o consumo da produção”. (2004, p.57)

1.2 O consumo do lazer

A produção do consumo na contemporaneidade, a que Campbell (2004) se refere, não está restrita ao mercado de bens. Para o autor, o comportamento humano de propensão para consumir, que se originou numa mudança histórica de valores e atitudes, abrange questões amplas como o crescimento do lazer.

Freitas e Nacif (2005), em reflexões sobre o consumo de divertimentos, destacam que a premissa do direito ao consumo como forma de prosperidade, anunciada pela acumulação do capital, estendeu-se ao entretenimento. Segundo eles, o lazer tornou-se a atividade que mais cresceu nos últimos anos, entre aquelas consideradas fora do trabalho.

Campbell (2004) destaca que atividades que hoje aceitamos como uma parte normal da recreação, tais como teatro e corrida de cavalos, adquiriram sua forma moderna durante esse período de mudança generalizada, em que a afetividade passa a fazer parte da prática do consumo.

“É óbvio que a despesa envolvida dificilmente pode ser classificada como qualquer coisa que não ‘de luxo’, sendo o lazer, quase por definição, uma atividade supérflua, a visão moderna da ‘recreação saudável’ como importante necessidade humana” (CAMPBELL, 2004, p.43)

O autor comenta ainda que o consumo do lazer como consumo do luxo é um sinalizador de posição social, que se configurou historicamente pelo entusiasmo com as horas vagas, a ascensão do romance, inclusive com a procura da literatura de ficção, e o culto do amor romântico.

Lovisoló (2002) reflete sobre “gastar o tempo”, apontando que ao longo do século XIX, a industrialização, a transformação do trabalhador em assalariado e a regulamentação

trabalhista aumentaram a luta pela redução das jornadas de trabalho e a valorização do tempo de ócio ou lazer.

O tempo destinado ao trabalho foi decrescendo nos países industrializados: menor quantidade de horas por dia, finais de semana sem trabalho mais prolongados e férias mais longas são os indicadores principais. O ócio passou a ser valorizado em termos econômicos e produtivos. O descanso e o lazer aumentariam a produtividade dos trabalhadores gerando maiores lucros para os capitalistas. [...] O ócio ganhou seu direito de existir, tornou-se um bem que obteve seu reconhecimento cultural e legal. (LOVISOLO, 2002, p.53)

Ainda segundo o autor, entre resistências e aceitações, o ócio é classificado como bom quando inserido em características do trabalho. “Expressamos isso na linguagem econômica da riqueza [...], embora não abertamente produtivas. Assim, o ócio não ativo, não reflexivo, não participativo e solitário, como o sono ou o estar à toa diante da televisão, é ainda mal visto.” (LOVISOLO, 2002, p.58)

1.3 Consumo do lazer pela televisão: informação como entretenimento

Surgida em meados do século XX, um ingrediente do consumo do lazer é a televisão, disseminada pelo mundo ocidental e ao alcance da maioria dos lares no Brasil. Apesar do crescimento frenético das novas tecnologias, a comunicação pela internet ainda figura tímida nas estatísticas: apenas 20,2% das casas brasileiras possuem microcomputador com acesso a *web*, segundo o IBGE, em pesquisa de 2007, que constatou ser dentro de casa em que o brasileiro mais navega.

A televisão é a principal fonte de informação no país, presente em 94,5% dos domicílios, também de acordo com o IBGE (2007). A TV está na frente ainda do rádio, que toca em 88,1% dos lares no Brasil, segundo o levantamento. A singular transmissão de cores, sons e imagens confere ao veículo um sucesso único na sociedade contemporânea, sendo igualmente única a capacidade que tem de revelar o homem em seu caráter mercadológico.

Num jogo de compra e venda, o telespectador consolida uma busca incessante pela satisfação no consumo de uma vida ilusória, na fuga de existências pouco atrativas. Tal idéia, que compõe a abordagem do espetáculo do filósofo francês Guy Debord (1997), é um convite para a análise da origem e dos porquês da mistura que se estabelece entre Jornalismo e Entretenimento.

Martin-Barbero (2001) mostra que na Europa do século XIX, o folhetim iniciava essa mescla, como um espaço do jornal impresso destinado às “variedades”, compostas por resenhas teatrais, receitas culinárias e narrativas escritas por romancistas da moda. Foram a

transformação do jornal em empresa comercial, a demanda popular e o desenvolvimento das tecnologias de impressão que o redirecionaram para o “grande público”, antes restrito ao conteúdo político voltado para a elite.

Desta forma, o folhetim foi o primeiro tipo de texto escrito no formato popular de massa, como aponta Martin-Barbero (2001, p. 183) . “As classes populares só alcançam a literatura mediante uma operação comercial que fende o próprio ato de escrever e desloca a figura do escritor na direção da figura do jornalista.”

Na “necessidade” imposta pelo sistema de noticiar como espetáculo, a televisão emerge como elemento central. A peculiar sedução do veículo por meio da imagem, alimentada por uma cultura narcísica, forma indivíduos em busca da realização pela projeção de suas identidades na tela, como assinala Lasch (1983), em seu estudo sobre o narcisismo na cultura ocidental.

É marcante nos indivíduos a intenção de se divertir diante da TV, o que pode prejudicar a formação do pensamento crítico sobre o que assistem, mesmo em relação a telejornais. Mas vale destacar a abordagem de Martin-Barbero (2001), que rebate as considerações que atribuem à televisão uma função puramente reflexa e que absolutizam a intencionalidade do meio. O autor pondera que as veiculações estão ligadas à consciência popular, sendo a família um importante espaço de leitura e codificação da TV.

“A mediação que a cotidianidade familiar cumpre na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado no âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo.” (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 305). Para ele, os sujeitos sociais são fundamentais para o entendimento da comunicação massiva e não depositários passivos de sentidos que lhes antecedem.

Em 1939, começo da televisão nos Estados Unidos, previsões equivocadas consideravam que a TV jamais chegaria a competir com o rádio, numa ideia de que a família americana não teria tempo para se dedicar a assisti-la. Na sequência, no Brasil dos anos 50, Assis Chateaubriand inaugurava a televisão com a finalidade inicial de ser exclusivamente dedicada à publicidade, acrescida de breves programações para preenchimentos de espaços vazios na antiga TV Tupi. A tarefa de entreter mudou esse quadro.

O ato de sentar-se para assistir à televisão traz embutido o momento do descanso, do relaxamento no sofá, o que não era acentuado na era do rádio, seu antecessor de sucesso, em que ouvi-lo, não implicava necessariamente cessão de atividades.

A postura do telespectador de buscar na TV essencialmente a diversão remete à reflexão do compromisso do cidadão com o consumo do lazer. “Considerando a busca de identidade

um dos componentes determinantes das escolhas de divertimento, pode-se afirmar que a inclusão do lazer na dinâmica do mercado de trocas transforma-o no espaço de consumo da auto-realização.” (FREITAS; NACIF, 2005, p. 13)

Ao assimilar esse contexto de apelo ao lazer, as corporações de mídia exibem notícias como mercadorias, atingindo o nível espetacular de Debord (1997), em que a exibição da novidade também é constantemente requisitada como uma disposição natural a aceitar produtos contra o tédio.

Lovisololo (2004, p.60) destaca que “descemos a guarda diante do que aparece como uma nova forma de divertir-nos e estamos habitualmente dispostos a realizar experiências que podem levar tanto à adoção quanto ao esquecimento rápido de novas ofertas”. Para ele, a informação transforma-se em atividade antitédio para conseguir circular e, por isso, tende a tornar-se espetáculo ao buscar atingir as emoções.

O esvaziamento da mensagem jornalística é abordado por Brasil (1998, p. 33), quando diz “O meio televisivo [...] impõe um tratamento indiferenciado entre o entretenimento e a realidade, em que a notícia perde seu caráter informacional e segue a fórmula do espetáculo, que transforma a realidade. Trata-se de uma equação na qual espetáculo é audiência [...]”.

Os hábitos, costumes, tendências de comportamento e, principalmente, os impulsos de consumo do telespectador são aferidos pela mídia com vistas ao lucro, gerando as indagações: quem vê quem? Vemos o que queremos ou queremos o que vemos?

[...] é preciso examinar o problema no seu enquadramento geral: informação jornalística como produto de comunicação de massa, comunicação de massa como indústria cultural e indústria cultural como fenômeno da sociedade urbana e industrializada [...] Todos os recursos técnicos de reprodução e divulgação de informação são jogados no quadro amplo da comunicação de massa. E não é mais possível discorrer sobre a mensagem jornalística como um dado isolado dessa realidade. (MEDINA, 1988, p.16)

Medina (1998), em seus estudos sobre a informação como produto, ressalta que a notícia nesse contexto estabelece critérios como atualidade, interesse do público e facilidade de assimilação. Porém, os critérios ganham roupagem de verdades tácitas, sem aprofundamento crítico. De acordo com a autora, é a identificação da mensagem jornalística com atividades urbanas, primeiramente comerciais e depois industriais, que leva-a à expansão do que se identifica hoje como comunicação de massa.

Ainda segundo Medina (1998), a luta da responsabilidade social contra a indústria da informação originou os códigos éticos na década de 20, como tentativa de proteger a massa de consumidores. Mas suas bandeiras, tais como sinceridade, veracidade e imparcialidade, dificilmente seriam seguidas pelos veículos de comunicação da sociedade urbana e industrial.

1.4 O tempo no consumo do lazer

O consumo do lazer pode se dar de variadas formas, como através dos veículos de comunicação (tv, rádio, jornais e revistas), do teatro, de exposições, parques, praias e esportes. Existe uma série de atividades que colocam o indivíduo em situação de descanso, relaxamento e entretenimento. Mas vale pensar que uma das atividades mais simples e talvez pouco associadas ao lazer, a conversa, é prática comum e independe de tecnologias e ambientes estruturados ou sofisticados. Basta ter duas pessoas dispostas a se distraírem trocando informações e ideias.

Consumir lazer, nessa perspectiva, não envolve aspecto econômico, mas sim uma ação social, é um meio de existir socialmente, de estar integrado à sociedade urbana. O ser social é aquele que consome, inclusive numa conversa. Considerando a reflexão de que o consumo se refere à satisfação de necessidades humanas, “os seres humanos também podem obter satisfação por atividades que, em qualquer sentido econômico convencional, não envolvam absolutamente o uso de recursos, como a apreciação das belezas naturais ou o prazer da amizade.” (CAMPBELL, 2004, p. 60).

Embutido no prazer da amizade, como cita o autor, está a satisfação com uma conversa, cujo tema pode ser dos mais variados, desde aquele que envolve a intimidade pessoal àquele que se refere a assuntos impessoais, do cotidiano, como o tempo. Falar sobre a chegada de chuva, o fim de semana de sol, o frio intenso ou o calor acima da média, para exemplificar, entretém e não exige que se emita opinião. Se alguém quer preservar a privacidade ou o modo de pensar, conversar sobre o tempo é uma opção recorrente, facilitando a sociabilidade do ser.

Tempo é uma palavra que pode ser usada em ampla variedade de contextos, tem número significativo de sinônimos, sendo um dos verbetes mais extensos do dicionário. Teorias de filósofos, antropólogos e sociólogos levam à ideia de quê maneira pensaríamos o tempo se não existissem relógio e astronomia, como comenta Leach (1974). O autor aponta que, com esses recursos, o tempo torna-se um fator dado em nossa situação social, uma parte essencial de nossas vidas.

Sabe-se que os relógios exercem na sociedade a mesma função que os fenômenos naturais, a de meios de orientação para homens inseridos numa sucessão de processos sociais e físicos. Simultaneamente, servem-lhes, de múltiplas maneiras, para harmonizar os comportamentos de uns para com os outros, assim como para adaptá-los a fenômenos naturais, ou seja, não elaborados pelo homem. (ELIAS, 1984, p. 8).

Elias (1984) analisa que o tempo é um dado natural, em que ora se apresenta em seu aspecto objetivo, sendo o tempo da natureza, que o homem não controla e que independe da realidade humana; e ora é uma representação subjetiva, uma criação do homem, controlado e determinado por ele. O relógio é um recurso mais recente de marcação do tempo, tempo este que os homens já intuía desde longa data, ao marcá-lo através dos rituais e festividades.

A palavra tempo possui seis definições de significado no dicionário: “1. A sucessão dos anos, dias, horas, etc ., que envolve a noção de presente, passado e futuro. 2, Momento ou ocasião apropriada para que uma coisa se realize. 3. Época, estação. 4. As condições meteorológicas. 5. Flexão indicativa do momento a que se refere a ação ou o estado verbal. 6. Cada uma das partes, em andamentos diferentes, em que se dividem certas peças, como, por exemplo, a sonata.”

O tempo no que se refere a condições meteorológicas é o sentido trabalhado neste estudo. Associado à meteorologia, o tempo é objetivo, é o tempo da natureza, conforme mencionado por Elias (1984), que também pode estar relacionado ao tempo subjetivo, como por exemplo, no Telejornalismo. Quando um telejornal apresenta a meteorologia, está lidando com informações objetivas, que influenciam o homem, em seu cotidiano, desejos e necessidades.

1.5 O tempo no Jornal Nacional

Estreado em 1969, o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, passa dos 40 anos como líder de audiência. Veiculado de segunda-feira a sábado, das 20h30 às 21h15, em canal aberto, o telejornal traz os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, que compõem um noticiário de temas variados. No quadro meteorológico do Jornal Nacional observam-se particularidades que ilustram reflexões anteriores, através de sua análise neste capítulo, das semanas de 9 a 14 de novembro de 2009 e de 5 a 10 de abril de 2010.

O espaço do tempo do JN é atualmente apresentado pela jornalista Rosana Jatobá, ocupando como titular o cargo popularmente conhecido como moça do tempo. As também jornalistas Flávia Freire e Michele Loreto fazem eventuais apresentações meteorológicas no telejornal. Quando elas apontam os mapas, mostram também quais influências o tempo objetivo poderá trazer para a vida do cidadão no dia seguinte, em seu tempo subjetivo. Assim, o telespectador é informado, por exemplo, se vai precisar levar o guarda-chuva ou se o sol vai aparecer e ele vai poder ir à praia.

O aspecto prático permeia a previsão do tempo do Jornal Nacional, refletido num quadro rápido e dinâmico, que essencialmente informa os locais que registram as temperaturas

máximas e mínimas no dia seguinte e ligeiramente anuncia as massas de ar que se aproximam de uma região ou de outra.

O público parece se identificar com o quadro no instante em que as informações meteorológicas o permitem planejar o cotidiano e o futuro próximo, constituindo-se um momento que personaliza o jornal. Observa-se que diante da praticidade da informação, torna-se fácil o telespectador assistir ao quadro do tempo como uma pausa para o entretenimento dentro do JN, o que pode ser assinalado por outros aspectos.

Salvo em casos de catástrofes naturais e fenômenos climáticos, como furacões, tornados e ciclones, a informação meteorológica tende a ser linear, sem novidades, não exigindo um comprometimento, um senso crítico do espectador. Desta forma, a obtenção dessa informação acaba por se traduzir em um momento relaxante, de descompromisso, que se resume em saciar a curiosidade sobre o tempo e definir aspectos pragmáticos do dia a dia.

Outras considerações podem ser feitas sobre uma inconsciente busca pelo entretenimento no quadro da previsão do tempo. A sedução da imagem através da televisão, tal como abordado anteriormente, é um dos aspectos. Além disso, o horário em que o telejornal é exibido é um momento da noite que remete a uma vontade de descansar, após um dia inteiro de atividades. E mais: a busca pelo consumo do lazer é consolidada na publicidade deste horário, considerado nobre da TV aberta, o espaço mais caro da televisão brasileira, com maior audiência e normalmente ocupado por grandes empresas, de forte apelo emocional.

Ninguém que tenha acabado de passar pelo impacto visual proporcionado pelas mensagens da Coca-Cola suportaria uma sequência longa ou densa sobre algum evento. As notícias são apresentadas por belas mulheres, ou por “âncoras” que funcionam como showmen, não tendo importância o fato de eles saberem ou não de que trata a notícia lida no teleprompter. (DEBORD, 1997, p.51)

Assim, em meio a uma atmosfera voltada para o apelo ao lazer, se a meteorologia fosse apresentada de forma longa e analítica, estaria na contramão das variáveis citadas anteriormente (horário do descanso, publicidade atraente, informação linear), que invadem o público deste horário e acabam por determinar uma tendência na maneira como o telespectador quer receber aquela mensagem, ou seja, de forma mais leve, o que vai ao encontro de uma certa superficialidade na transmissão da informação meteorológica no Jornal Nacional de um modo geral.

1.6 O tempo no Rural Notícias

Mais recente no ar, o Rural Notícias (RN), também das Organizações Globo, é da mesma forma um telejornal de alcance nacional, porém, da TV por assinatura, do Canal Rural (canal 35 da Net e 105 da Sky), pertencente à RBS, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. O RN foi igualmente observado de 9 a 14 de novembro de 2009 e de 5 a 10 de abril de 2010.

Exibido de segunda à sexta-feira, das 19h às 20h, o Rural Notícias há 15 anos se caracteriza por um jornal segmentado, que veicula informações voltadas especialmente para o empresariado rural, o agricultor e o pecuarista. Em sua página na internet, o jornal se define como “o agronegócio em pauta”, mostrando que seu foco é a Economia no campo.

O espaço do tempo do RN é apresentado por Melina Fernandes, que substituiu temporariamente a titular do cargo Lilian Lima, em período de licença maternidade. Considerando a informação da meteorologia, o mesmo processo destacado anteriormente pode ser aplicado ao Rural Notícias, no que diz respeito ao tempo objetivo em oposição ao tempo subjetivo, porém as interferências de um no outro são de outra ordem.

No Jornal Nacional, os mapas influenciam o dia seguinte do brasileiro, em questões de ordem prática e, conforme visto, o quadro marca essencialmente o “tempo do lazer”. Já quanto ao quadro no Rural Notícias, sua influência se dá no ramo dos negócios, pois as condições climáticas determinam a safra, o plantio, a colheita e todos os detalhes peculiares à agricultura. A meteorologia no RN é sobretudo um serviço, verificando-se assim o “tempo utilitário”.

Tais características podem ser percebidas também no fato de o jornal do campo ser exibido de segunda à sexta-feira, ou seja, em dias úteis, em sintonia com o teor empresarial do noticiário, enquanto o Jornal Nacional é veiculado também aos sábados, remetendo ao “tempo do lazer”, conforme apontado anteriormente.

Isso não quer dizer que no JN, a função utilitária da informação meteorológica também não esteja presente, entretanto em sentido desvinculado à produção, como elemento norteador do cotidiano. Seguindo esse raciocínio, o público do Rural Notícias também não está isento de usar a informação para elaborar sua rotina fora do trabalho, embora seu foco seja o “tempo utilitário”.

O espaço dedicado à meteorologia no RN é outro diferencial que destaca as ênfases distintas de ambos os quadros, pois é maior do que no outro telejornal, e os dados meteorológicos são transmitidas com mais detalhes.

Enquanto o Jornal Nacional se limita à previsão do dia seguinte no Brasil, o noticiário do Canal Rural traz ainda uma previsão para até sete dias, incluindo de países vizinhos, cujo clima influencia temperaturas brasileiras, além de mapas para mostrar a incidência de chuvas e a temperatura dos oceanos. Este último serve para explicar alguns fenômenos como El Niño.

O jornal líder de audiência apresenta o tempo de forma rápida e dinâmica em um único quadro, já o RN geralmente exibe dois momentos de meteorologia, relacionando-os com os assuntos próximos veiculados, o que não ocorre no JN, no qual verifica-se uma falta de conexão entre o espaço meteorológico e as demais informações, característica que é analisada mais adiante neste trabalho.

A respeito das duas inserções sobre o tempo no Rural Notícias, observa-se que a primeira delas se refere em geral à estimativa de como ficará o clima a longo prazo numa região ou localidade específica que esteja em evidência na edição. A segunda parte é destinada sempre à previsão do dia que se segue. É possível notar traços da prioridade do RN em atender ao agronegócio, já que noticia primeiramente a previsão estendida, importante para o planejamento no campo, e somente depois cede espaço ao imediatismo.

Essa ordenação das notícias meteorológicas se deve ao fato de que, para o homem rural, tem maior relevância o conhecimento de dados que o auxiliem nos projetos agrícolas do que aqueles que servem apenas para o dia seguinte, ao contrário do morador urbano, para quem este último tipo de informação tem em geral mais utilidade.

A emissora também aborda a meteorologia fora do Rural Notícias, por meio de boletins exibidos a cada meia hora ao longo da programação, com previsão para até 15 dias em todo o Brasil. Além disso, periodicamente na grade, são informadas cotações agrícolas e de corte nas bolsas de valores, como do milho, etanol, soja, café, trigo e boi gordo. Tudo para servir seu público de informações completas que contribuam para a tomada de decisões do empresariado agrícola.

Para ilustrar a comparação entre os espaços destinados à meteorologia em cada telejornal, enquanto o Jornal Nacional apresentou a previsão em 54 segundos no dia 9 de novembro de 2009, o Rural Notícias dedicou 1 minuto e 38 segundos ao quadro na mesma data. Nos dias que se seguiram, até 13 de novembro, compondo um dos períodos de observação deste trabalho, a diferença em segundos entre a duração da informação do tempo nos dois noticiários foi praticamente a mesma. Veja tabelas a seguir:

**Tabela 1: Tempo dedicado à informação meteorológica (em segundos):
9 a 14 de novembro de 2009.**

Dia	JN	RN			Total RN
	Total JN	Previsão dia seguinte	Previsão para 7 dias	Previsão nos oceanos	
09/11	54	22	45	31	98
10/11	57	23	56	32	111
11/11	57	21	56	30	107
12/11	57	22	57	22	101
13/11	58	27	58	23	108
14/11	56	Aos sábados não tem edição			

Fonte: O autor.

**Tabela 2: Tempo dedicado à informação meteorológica (em segundos):
5 a 10 de abril de 2010 ***

Dia	JN	RN
	Total JN	Total RN
05/04	56	104
** 06/04	171	98
07/04	56	87
08/04	55	*** 97
09/04	56	106
10/04	52	Aos sábados não tem edição

Fonte: O autor.

Legenda:

* A diferença no número de colunas das duas tabelas se deve ao fato de que nas edições da semana de 5 a 10 de abril de 2010, o quadro do RN, embora tenha mantido a característica de ser mais extenso do que no JN, não foi dividido em blocos (previsão do dia seguinte/previsão para 7 dias/previsão nos oceanos), ainda que tenha transmitido todas essas informações.

** Edição atípica do JN - dia seguinte aos temporais no Rio.

*** Os 55 segundos iniciais do total de 97 segundos do quadro do RN, no dia 8 de abril de 2010, foram dedicados ao desabamento de terra no Morro do Bumba, em Niterói.

Em relação ao maior espaço destinado ao quadro da previsão do tempo de ambos os telejornais, na abordagem dos temporais no Rio de Janeiro, que causaram caos e mortes na cidade e região metropolitana, vale ressaltar que a anomalia, o extraordinário despertam atenção, entretêm e são temas de conversa.

Para o caso de tragédias e catástrofes climáticas, os quadros meteorológicos no Telejornalismo funcionam como elos para as matérias que abordam estes eventos fora do comum, também falando sobre o fato, informando tecnicamente os fenômenos e, conseqüentemente, sendo mais extensos do que o habitual.

Mesmo no Rural Notícias, um jornal segmentado, voltado para o agronegócio, foi significativo o espaço destinado a abordar no quadro do tempo o desabamento do Morro do Bumba em Niterói. Embora o incidente provocado pelas fortes chuvas estivesse relacionado ao clima, os primeiros 55 segundos (tempo razoável para TV), da edição do dia 8 de abril de 2010, foram dedicados a relatar com detalhes o acontecimento. Na seqüência, como de praxe, foram explicados os aspectos técnicos da meteorologia que causaram o temporal.

Percebe-se assim, que mesmo um telejornal não característico de matérias gerais precisa se adequar em casos específicos para o engajamento à lógica da audiência, já que seu público-alvo, apesar de ser diferente do telespectador do JN, também busca no extraordinário da informação um motivo para entreter-se, ainda que seja no momento em que necessita absorver conteúdo de importância para seu trabalho ou seus negócios.

Para também ilustrar tal pensamento, um dos noticiários da Globo News (canal fechado, também das Organizações Globo), exclusivo sobre Economia, transmite acontecimentos gerais do Brasil e do mundo ao mesmo tempo em que enfatiza o sobe e desce das Bolsas de Valores e informações afins. O formato é o seguinte: enquanto as notícias econômicas são exibidas com imagens de gráficos e repórteres entrevistando economistas, uma linha contínua de texto corre na parte inferior do vídeo.

As informações escritas em geral nada tem a ver com Economia, mas são da ordem do inusitado, como tragédias, crimes ou um fato engraçado. Assim, neste caso do jornal econômico da Globo News, verifica-se o mesmo mecanismo observado no Canal Rural, ou seja, se um público é voltado para comunicação específica, não significa que ele não se interesse, nem se entretenha com a informação extraordinária ao mesmo tempo em que “trabalha”.

Lovisoló (2002), em suas reflexões relacionando mídia, lazer e tédio, comenta que os programas de alta difusão são aqueles destinados a divertir e considera que notícias de tragédias têm a mesma função de entreter de programas normalmente assim caracterizados.

“Espectáculos artísticos e esportivos, séries e desenhos, notícias sobre catástrofes e eventos raros parecem destacar-se sobre qualquer outro tipo de transmissão” (LOVISOLO, 2002, p. 44). Pressupondo a necessidade do consumo de divertimentos, o autor aponta que a comunicação dominante está voltada a ajudar os espectadores a passar o tempo, a emocionar-se e a superar o tédio.

1.7 Tensão e Distensão no Jornal Nacional

Além do detalhamento ou superficialidade da informação meteorológica e do maior ou menor espaço dedicado a ela, a sua conexão ou não com os demais assuntos do telejornal marca outra diferença entre as veiculações do tempo no Jornal Nacional e no Rural Notícias. O quadro meteorológico no Rural Notícias é facilmente bem contextualizado, já que grande parte das matérias do jornal do campo se relacionam com notícias sobre o clima e seus desdobramentos na Economia, o que em geral não ocorre no JN.

Exceto em casos de catástrofes climáticas, como exemplificado anteriormente, em que é mais fácil estabelecer um elo, as matérias do noticiário líder de audiência mostram-se desconectadas do quadro do tempo, pois as informações que o antecedem e o sucedem normalmente não estão ligadas à temática da meteorologia.

O conteúdo fora dela no Jornal Nacional, não raras as vezes, se caracteriza por ser pesado e trágico, capaz de provocar no telespectador tristeza, angústia e aflição. Quando não chegam a esse extremo, certas notícias remetem o indivíduo ao compromisso social de informar-se para elaborar opiniões político-econômicas, por exemplo. De um jeito ou de outro, o público não relaxa.

Já a informação meteorológica, como visto, o leva ao conhecimento necessário basicamente para seu planejamento do cotidiano e de tipos de lazer. Assim, assistir ao espaço do tempo do JN se traduz em uma experiência leve e descompromissada, ao contrário de grande parte das matérias do telejornal, que incomodam e causam tensão.

A partir dessas observações sobre uma tensão originada pelas notícias gerais, em contraste com uma distensão experimentada pelo quadro do tempo, é possível estabelecer um paralelo com o pensamento de Elias e Dunning (1985). Segundo eles, é comum o indivíduo buscar excitação no lazer, o que o torna mais prazeroso e estimulante. Para isso, se utilizam de exemplos que vão desde o ato sexual à prática ou acompanhamento de esportes como futebol e corrida de cavalo.

Em jogos de futebol, os autores apontam que a tensão e a ansiedade pelo gol são responsáveis por uma excitação fundamental para a euforia quando este é marcado. Um time que marca gol no início do jogo, que está sempre em vantagem na posse de bola e passa facilmente pelo adversário, sem dúvida leva alegria ao seu torcedor. No entanto, a vitória certamente é mais festejada e tem mais valor quando a partida é difícil, equilibrada e o gol sai no fim do jogo.

Verifica-se nesse caso uma tensão (expectativa, ansiedade pelo gol) que precede a distensão (alívio pela conquista da vitória). Essa excitação que proporciona prazer é chamada por Elias e Dunning (1985) de excitação agradável, em oposição à tensão vivida no dia a dia estressante do trabalho ou em situações difíceis, que deixam traumas ou sensação de esgotamento. A agitação em questão, ao invés disso, revigora, gera boas lembranças e é fator essencial para que se alcance o prazer em sua máxima escala em atividades de lazer.

Os autores apontam que existe uma tendência na sociologia contemporânea de reconhecer como função das atividades de lazer apenas a recuperação das fadigas do trabalho e o relaxamento das tensões, desconsiderando a existência de excitações que podem atuar positivamente na vida do indivíduo.

Elas (tensões) não são entendidas à partida como fatos para serem investigados, mas antes, como alguma coisa de que as pessoas devem se ver livres. Deste modo, as investigações que abordam o lazer, acima de tudo, como um modo de libertar as tensões podem induzir em erro; as avaliações dos seus próprios autores tomam o lugar de uma investigação sobre as funções. Se as tensões devem ser avaliadas, pura e simplesmente, como perturbações das quais as próprias pessoas procuram se ver livres, porque é que no seu tempo de lazer elas voltam sempre a procurar uma intensificação das tensões? Em vez de condenar as tensões como algo que prejudica, não se deveria antes explorar as necessidades que as pessoas revelam por uma dose de tensão, enfim, como um ingrediente normal nas suas vidas? (ELIAS e DUNNING, 1985, p.142)

A procura da satisfação na excitação do lazer é explicada por eles como uma necessidade de se extravasar emoções reprimidas e controladas socialmente. Certos entretenimentos representam a hora e o espaço em que são permitidos comportamentos que seriam inconcebíveis fora daquela experiência.

“A nossa sociedade satisfaz a necessidade de experimentar em público a explosão de fortes emoções – um tipo de excitação que não perturba nem coloca em risco a relativa ordem da vida social, como sucede com as excitações de tipo sério.” (ELIAS; DUNNING, 1985, p. 112).

Ainda tomando a partida de futebol como exemplo, xingar o juiz e a torcida adversária são atitudes comuns e não reprimidas num estádio de futebol. Ninguém é preso ou mal visto

por isso. Porém, se igual comportamento é adotado em situação diferente, fora daquele ambiente de lazer, vira uma excitação de tipo sério, como classificada pelos autores, e consequências desagradáveis tomam forma.

Diante da tensão e do estresse vivenciados no trabalho, por exemplo, o indivíduo procura inconscientemente nova excitação na mesma proporção, no entanto, sem as perigosas implicações sociais e individuais, conforme apontam Elias e Dunning (1985, p. 137):

De uma maneira simples ou complexa, a um nível baixo ou elevado, as atividades de lazer proporcionam, por um breve tempo, a erupção de sentimentos agradáveis fortes que, com frequência, estão ausentes nas suas rotinas habituais de vida. A sua função não é simplesmente, como muitas vezes se pensa, uma libertação das tensões, mas a renovação dessa medida de tensão, que é um ingrediente essencial da saúde mental. O caráter essencial do seu efeito catártico é a restauração do tônus mental normal através de uma perturbação temporária e passageira da excitação agradável.

Ao considerar o pensamento dos autores, é possível comparar a tensão agradável, tal como abordada por eles, com a excitação gerada pelas matérias gerais do Jornal Nacional. Para esta comparação deve-se primeiramente levar em conta que assistir à televisão comporta uma atividade de lazer, independente do que se assiste, pelas características do meio e por ser uma prática opcional.

Sentar-se no sofá na hora do JN estabelece relações com o entretenimento, ainda que se trate de um telejornal, em que indivíduos sentem-se persuadidos a assisti-lo em nome de tornarem-se pessoas bem informadas e com capacidade de articulação político-social.

Ainda estabelecendo analogia com as considerações de Elias e Dunning (1985), o quadro do tempo tem a função de fazer o público relaxar e se distrair, sensações que são potencializadas pelo momento de tensão que o precede, por meio das notícias desconectadas da meteorologia.

Vale ressaltar, portanto, que o descanso e o entretenimento vivenciados pelo espectador com o espaço meteorológico dificilmente seriam vivenciados com intensidade, caso as informações do tempo fossem veiculadas no começo do telejornal, como primeira informação, pois não haveria contraste com matéria anterior, o que dá sentido à distensão que sucede a tensão.

Esse mecanismo de excitação e relaxamento, verificado no JN pela oposição de sensações geradas pelas notícias gerais e o quadro do tempo, não é observado no Rural Notícias, em virtude da homogeneidade do telejornal, no qual a informação da meteorologia facilmente estabelece elo com as demais, pela proximidade entre os temas voltados para a vida e os negócios no campo.

Assim, todo o conteúdo do RN provoca sentimentos parecidos no público, não havendo a oposição de emoções, base para o paralelo com o pensamento de Elias e Dunning (1985), acerca de como se processa o prazer do indivíduo em certas situações de divertimento.

A comparação entre Jornal Nacional e Rural Notícias, sobre a descontinuidade entre as matérias gerais e meteorológicas, verificada no primeiro telejornal e não encontrada no segundo, pode ser observada pelas manchetes de ambos os noticiários, destacadas das edições de 14 de fevereiro de 2011, conforme a seguir:

1 – Ronaldo encerra carreira.

2 – Delegacia de combate ao crime organizado no Rio investiga agentes e PMs suspeitos de beneficiar traficantes.

3 – Policiais civis de SP e Rio fazem operação contra desvios de medicamentos.

4 – Gabinetes em Brasília de dois senadores avançam sobre passarelas de incêndio, que devem ser mantidas livres para casos de emergência.

5 – Chove nesta terça em vários pontos do Brasil, mas falta de chuvas no Rio e em Belo Horizonte prejudica agricultores, estiagem nas regiões chega a 12 e 25 dias, respectivamente. (Quadro do tempo apresentado por Flavia Freire, com previsão para o dia seguinte, mostrando as temperaturas máximas e mínimas a serem registradas nas principais capitais, mostradas em mapas).

6 – Desemprego no Brasil é o mais baixo desde 2002.

7 – Liminar do TSE suspende cassação do governador de Roraima.

8 – União da Shell e Cosan dá origem à empresa Raízen, que provocará mudanças no mercado de combustíveis.

9 – Obama faz cortes no orçamento americano.

10 – Cotação do dólar sobe.

11 – Conselho militar do Egito pede fim das greves.

12 – China se transforma oficialmente na segunda maior economia do planeta.

12 – Hilary Clinton nos EUA elogia coragem dos opositores de Armadinejad.

13 – São Paulo Futebol Clube recebeu prêmio por maior número de títulos nacionais.

14 – Repercussão no mundo sobre encerramento da carreira de Ronaldo.

15 – Dilma comenta fim da carreira de Ronaldo.

16 – Vida e carreira de Ronaldo.

Quadro 1: Jornal Nacional – manchetes – edição de 14/02/2011.

Fonte: O autor.

- | |
|---|
| <p>1 – CNA pede apoio do ministro Wagner Rossi para aprovar novo código florestal.</p> <p>2 – Venda de fertilizantes cai e de insumos cresce.</p> <p>3 – Situação no Egito preocupa avicultura brasileira.</p> <p>4 – Saldo positivo da balança comercial brasileira.</p> <p>5 – Raízen é resultado da integração de Shell e Cosan. Expansão das exportações de etanol.</p> <p>6 – Colheita da soja aumentou no Mato Grosso do Sul.</p> <p>7 – Governo de São Paulo vai subsidiar contratos de opção.</p> <p>8 – Custos da pecuária de corte sobem mais de 20% em 2010.</p> <p>9 – Dia de alta nas cotações do boi gordo no mercado futuro e baixa da soja.</p> <p>10 – Dia de valorização do café na Bolsa de Nova Iorque.</p> <p>11 – Fechamento das moedas nas principais bolsas do mundo.</p> <p>12 – Lançada hoje mais uma edição Expodireto Contrijal.</p> <p>13 – Situação de seca na Argentina prejudica mercado de grãos.</p> <p>14 – Mas previsão de chuvas em fevereiro vai beneficiar lavouras de soja argentinas. (Quadro do tempo apresentado por Lilian Lima, com previsões do tempo na Argentina até 18/02, mostradas em mapas).</p> <p>14 – Brasil vai pescar atum com tecnologia e barcos japoneses.</p> <p>15 – Alerta de temporais para as regiões Sul e Sudeste. (Quadro do tempo apresentado por Lilian Lima, com previsão do dia seguinte para todo o Brasil, mostrando em mapas as temperaturas mínimas e máximas em cada região).</p> <p>16 – Brasil mantém domínio na PBR Americana.</p> <p>17 – Temporada do Brahma Super Bull PBR começa com novidades: montaria em touros.</p> |
|---|

Quadro2: Rural Notícias – manchetes – edição de 14/02/2011.

Fonte: O autor.

1.8 Moças do tempo: o corpo no Telejornalismo

Considerando a configuração do consumidor moderno e sua forma de se relacionar com seus desejos e necessidades, uma análise do corpo e sua utilização e reinvenção nas grandes cidades merece atenção especial para contribuir com outras perspectivas no estudo do consumo do lazer no Telejornalismo, através das apresentadoras dos quadros da previsão do tempo, especialmente do Jornal Nacional e do Rural Notícias, alvos de análise nesta pesquisa.

Numa sociedade que também se realiza pelo show, pelo espetáculo, a proximidade com o irreal, o ilusório, será invariavelmente determinante de prazer e integridade. “Sem dúvida o nosso tempo [...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser [...]” (Debord, 1997, p.13).

O corpo está representado na sociedade, constituindo-se uma curiosa ponte para entendê-la. Usado em diferentes abordagens, é meio de comunicação, espelha cultura, valores e modismos. O corpo não é neutro, sendo, portanto, social e cultural, como observa Canevacci (2008, p. 18):

“Uma posição adquirida pela antropologia é a de que não há mais nada de natural no corpo. O corpo não é natural porque em cada cultura e em cada indivíduo o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. Não somente não há nada de natural no corpo, mas também a pele não é o seu limite: e quando a pele transpõe seus limites, ela se liga aos tecidos orgânicos da metrópole.”

O corpo-metrópole, assim chamado pelo autor, transformado em mercadoria e imagem, é entendido por Canevacci (2008) como fetichismos visuais, que constantemente reconstituem o sujeito, numa espécie de valor agregado, que assinalam as alterações entre humano e mercadoria, sujeito e objeto, na metrópole comunicacional. “A força simbólica é uma forma de poder que se exerce sobre os corpos, diretamente, e como que por magia, sem qualquer coação física.” (BOURDIEU, 1999, p. 50).

A beleza dos corpos é uma constante na televisão brasileira, que à sua maneira serve-se dela para alcançar o objetivo de “satisfazer” o público em seus desejos de realização pela imagem, conforme aponta Martin-Barbero (2001), sendo explorada ao extremo pela publicidade e propaganda e pela indústria do entretenimento.

No Telejornalismo, as moças do tempo do Jornal Nacional e do Rural Notícias se diferenciam dos seus colegas de telejornal por estarem mais expostas ao julgamento alheio sobre suas imagens corporais, já que aparecem de corpo inteiro no vídeo, enquanto os outros se posicionam atrás das bancadas. Diante disso, o telespectador parece incorporar a lógica da

atenção voltada aos corpos em torno das moças do tempo, pelo anseio em desentediá-las e buscar entreter-se através da imaginação, ainda que aplicada aos telejornais.

No contexto das características do modo de consumir moderno, configuradas com a ascensão do Romantismo e sua influência na extensão do consumo ao lazer, afloram a imaginação, a emoção e a afetividade nesta prática, conforme abordado no começo deste estudo. O devaneio é ingrediente do consumo.

Quando se assiste à previsão meteorológica de um jornal, as fantasias podem se referir a desde o que se pretende fazer no dia seguinte, de acordo com chuva ou sol, até a divagações relacionadas à admiração à moça do tempo, com sua beleza, elegância, descrição, maneira de se expressar e com seu corpo desejado. Os devaneios do telespectador sobre a imagem física de tais apresentadoras são uma forma de entreter.

Conforme analisado anteriormente, as apresentadoras da meteorologia dos telejornais em questão estão inseridas em noticiários de contextos diferentes, sendo que uma apresenta quadro voltado para o dia a dia e de tendência a entreter, enquanto outra está à frente de espaço direcionado ao cotidiano dos negócios. Entretanto, a distinção na abordagem da previsão do tempo não significa que as duas jornalistas se apresentem de forma diferente.

Discretas, bonitas, simpáticas, bem vestidas e aparentemente jovens, Rosana Jatobá e Melina Fernandes, atuais apresentadoras do JN e RN, respectivamente, não se diferem nesses quesitos. Ambas vestem-se e portam-se de modo a estarem prontas para sentar na sala de qualquer família, pois, para atingir o sucesso de audiência, as emissoras sabem que tais apresentadoras precisam “circular” sem restrições em todas elas. Assim, a composição da imagem das moças do tempo em questão não é inovadora, nem retrógrada, e sim baseada numa média para atender ao senso comum.

Ao buscar melhor compreender a sociedade pela religião, Durkheim (2003) reconhece o aspecto afetivo e emocional nas formas de entender o mundo que compõem as representações. Para ele, a sociedade prevalece sobre o indivíduo e dissociar um do outro não faz sentido, pois é através dela que o indivíduo se faz e se identifica. “Uma ideia, com efeito, não é senão um elemento de nós mesmos.” (DURKHEIM, 2003, p. 459).

O conjunto das ideias de ver o mundo de cada ser social forma as representações coletivas, que são objetivas, pois já passaram pela discussão e aprovação dos indivíduos, com suas subjetividades, e chegou-se a um senso comum, podendo assim ser generalizada, tal como elucidada Moscovici (2002, p. 11):

[...] as representações sociais são racionais, não por serem sociais, mas porque elas são coletivas. Para dizer as coisas brevemente, é somente dessa maneira que os homens se tornam racionais, e um indivíduo isolado e só não poderia sê-lo. Desse modo, toda psicologia das formas de pensamento, ou de linguagem, deve necessariamente ser social.

Vale analisar os motivos que levam o telespectador, sobretudo masculino, a buscar o consumo do entretenimento por meio de devaneios, sob uma atmosfera de sensualidade, em torno das imagens corporais das jornalistas que apresentam o tempo.

O jornal O Globo, do Rio de Janeiro, publicou crônica de Arthur Dapieve, em 24 de abril de 2009, intitulada “A moça do tempo e o marido de sofá”, em que comenta que o momento da previsão do tempo no telejornal é uma hora empolgante para o público masculino: “Na TV, as moças do tempo ficam de meio perfil quando apontam a faixa cinza sobre o Paraná ou a mancha vermelha sobre o Piauí. Isso permite aos maridos de sofá avaliar os volumes sob o decote ou a protuberância na base da coluna.” (DAPIEVE, 2009).

Dapieve menciona em sua coluna que mesmo os homens “feitos” assistem à TV como garotos de 12 anos. Na cultura brasileira, faz parte do entretenimento avaliar as mulheres para conversar sobre elas. Parece não ser à toa que a apresentação do tempo é feita quase exclusivamente por mulheres. Carlos Magno e Evaristo Costa são exemplos de ex-homens do tempo, que fazem parte de uma lista restrita da presença masculina nesse universo. O primeiro apresentou o quadro no Jornal Nacional entre 1996 e 1998, e o segundo esteve à frente dos mapas do Jornal Hoje em 2002 e 2003.

Uma análise das representações sociais do corpo nas grandes cidades contribui para o estudo das nuances que permeiam a posição que ocupam as chamadas moças do tempo, carregadas de simbolismo e significado. É importante estudar as necessidades, os desejos e impulsos presentes nas representações que os indivíduos fazem acerca dos elementos que compõem a sua vida na cidade e em sociedade, o que gera rica contribuição ao estudo daquilo que o telespectador gosta de assistir.

Pesquisa do ano de 2002, com 1.279 homens e mulheres das camadas médias cariocas, realizada pela antropóloga Mirian Goldenberg (2007), contribui para esse entendimento, apesar do alcance geográfico restrito de seu levantamento, diante da análise da dissertação, que se refere ao público de dois telejornais de alcance nacional.

O Rio de Janeiro é uma vitrine, lança conceitos imitados Brasil afora, fatores com os quais Goldenberg (2007) justifica a escolha da cidade para sua pesquisa. Além disso, as camadas médias consideram o corpo um valor, segundo apuração da antropóloga.

O estudo revela que as mulheres buscam a perfeição num corpo magro como o das supermodelos, projetadas a partir dos anos 80, a exemplo de Cindy Crawford e Claudia

Schiffer, e consagradas nos anos 90, com Gisele Bündchen. Porém, muito longe das passarelas se encontra a preferência masculina.

Segundo o levantamento, os homens enxergam como belo os corpos das chamadas “gostasas”, como a dançarina Sheila Carvalho e a atriz Luma de Oliveira. Ou seja, pela pesquisa de Goldenberg (2007), o corpo que eles desejam, não é o que elas querem ter.

Vale destacar que independente de ser Luma ou Gisele, os dois tipos de corpos, tratados como ideal por homens e mulheres, respectivamente, apresentam um ponto em comum: não são gordos. E na análise cultural em questão, isso é primeiramente o mais importante.

A gordura é o “fantasma” que leva os brasileiros, especialmente as mulheres, a índices alarmantes de cirurgias plásticas e outros procedimentos na busca do corpo perfeito, sendo o Brasil o segundo país do mundo campeão da prática, atrás somente dos Estados Unidos, de acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

“No Brasil, e mais particularmente no Rio de Janeiro, o corpo trabalhado, cuidado, sem marcas indesejáveis (rugos, estrias, celulites, manchas) e sem excessos (gordura, flacidez) é o único que, mesmo sem roupa, está decentemente vestido.” (GOLDENBERG, 2007, p. 55).

Lovisoló (2006), em suas reflexões sobre o modelo atual de preocupação com o corpo e importância cultural do mesmo, criou a sigla “Jubesa”, para denominar o conjunto de crenças articuladas nos discursos sobre o valor da juventude, beleza e saúde. “A boa forma tem, sem dúvida, um sentido amplo: de aptidão, saúde e desempenho; de proporcionalidade, isto é, estética. Índices baixos de gordura são associados à saúde, beleza e juventude. Um cabelo bonito é um cabelo saudável”. (LOVISOLO, 2006, p.159).

A valorização do modelo “Jubesa”, nomeado pelo autor, faz com que parcela significativa dos indivíduos dê mais importância aos benefícios estéticos do que aos efeitos positivos sobre a saúde ao praticar exercícios físicos, por exemplo. “O protetor solar pode ser recomendado para a prevenção do câncer de pele, contudo, a recomendação parece ser mais eficiente quando se diz: olhe as rugas, use protetor para reduzi-las!” (LOVISOLO, 2006, p.162).

Tamanha atenção dada à imagem física pelos brasileiros leva o público a desviar a atenção para o aspecto corporal também no Telejornalismo. Os corpos das jornalistas do tempo, mais expostos no vídeo pelo formato dos quadros da meteorologia, parecem “aprovados” pela sociedade, adequado ao senso comum do conceito de belo, tal como analisado anteriormente pelo pensamento de Moscovici (2002). São corpos inseridos no modelo “Juventude, Saúde e Beleza”, apontado por Lovisoló (2006).

Na abordagem das considerações sobre corpo belo neste estudo, vale complementar ainda que a mídia não apresenta um modelo ideal de beleza. Eco (2004, p. 428) aponta que verifica-se na contemporaneidade uma “orgia de tolerância, de sincretismo total, de absoluto e irrefreável politeísmo da beleza”.

Os mass media são totalmente democráticos, oferecem um modelo de Beleza para quem já é dotado de graça aristocrática e outro para a proletária de formas opulentas; a ágil Delia Scala estabelece modelo para quem não pode se adequar à “avantajada” Anita Ekberg; para quem não tem a beleza máscula e refinada de Richard Gere, há o fascínio esguio de Al Pacino e a simpatia proletária de Robert De Niro. E enfim, para quem nunca chegará a possuir a beleza de uma Maserati, há a conveniente beleza da Mini Morris. (ECO, 2004, p.425)

Pela abordagem de Eco (2004), entende-se que a sociedade não comporta um conceito de belo, sendo este amplo, relativo e individual. Não se busca neste trabalho identificar um perfil de beleza, apenas utilizar-se de exemplos de características que agradam ao senso comum na cultura brasileira e compor análises a respeito da admiração do público às moças do tempo, evidenciando o aspecto corporal.

Frente a nuances no comportamento do público diante da TV, de valorizar o corpo de um modo geral e de buscar entreter-se através dos devaneios sobre ele, ainda que pelos telejornais, a Rede Globo dá indícios de que há tempos se preocupa em adequar o quadro meteorológico aos pontos abordados até aqui, relacionados à importância corporal na sociedade.

Em livro dedicado aos 35 anos do Jornal Nacional, ilustrações da jornalista Sandra Annenberg são mostradas da ocasião em que apresentava o tempo. Sobre a edição de 8 de julho de 1991, o livro traz a seguinte legenda: “Quadro do tempo apresentado por Sandra Annenberg. Para não desviar a atenção do telespectador, em alguns momentos a apresentadora dava as costas para o público.” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 235).

Embora a apresentadora estivesse vestida distintamente, tal como Rosana Jatobá, atualmente no quadro, percebe-se que em 1991, existia a intenção em satisfazer a audiência no Jornal Nacional, através da movimentação do corpo da jornalista, o que parece não ter mudado 20 anos depois.

No quadro da previsão do tempo do JN, nos períodos de análise deste capítulo (entre 9 e 14 de novembro de 2009 e entre 5 e 10 de abril de 2010), Rosana Jatobá apresentou a meteorologia obedecendo ao mesmo formato, se posicionando de pé e se movimentando pelos mapas, o que acaba por evidenciar o corpo. Em 2011, o modelo persiste.

Assim, num comportamento do público que condiz com pessoas que naquele momento, em sintonia com o lazer, estariam mais propensas a terem a atenção atraída pelo aspecto corporal, pode se considerar que ainda hoje permeia-se o entretenimento no espaço meteorológico do Jornal Nacional, com a apreciação ao corpo das apresentadoras, consolidada pela imaginação do telespectador e por uma intenção da emissora em explorá-los, ainda que sutilmente.

Em relação ao Rural Notícias, são igualmente válidas as considerações acerca de a imagem física da jornalista ser um componente atrativo ao público na previsão do tempo. Porém, essa atração pode ocorrer em menor escala quando comparado ao espectador do JN, em função de aquele que assiste ao noticiário do campo ser mais voltado para a finalidade do trabalho. O foco no agronegócio não o impede de entreter-se pela observação ao corpo da apresentadora, apenas destaca-se que o público do Jornal Nacional está imerso em atmosfera que o deixa mais propenso a ter a atenção desviada da mensagem meteorológica.

Essa observação segue a mesma linha de raciocínio de abordagem anterior sobre a presença de matérias de calamidades e tragédias nos dois telejornais. Seja qual for o público, inserido ou não em contexto de noticiário segmentado, notícias dessa natureza despertam curiosidade e entretém o espectador em geral, assim como belas mulheres filmadas de corpo inteiro na apresentação do tempo.

A atenção para tais jornalistas é atraída, distinguindo apenas a intensidade do poder de distração desse tipo de mensagem, de acordo com os interesses previamente demarcados no público urbano e rural. Tais considerações são verificadas adiante, em capítulos dedicados a entrevistas com telespectadores do Jornal Nacional e do Rural Notícias, moradores da cidade e do campo.

2 TELEJORNALISMO E EDUCAÇÃO: O PRAZER DE APRENDER ENTRE MAPAS E MOÇAS DO TEMPO

Por meio de analogias entre os quadros do tempo no Telejornalismo brasileiro e o sistema educacional no país, o capítulo pretende evidenciar a importância do prazer na comunicação para uma recepção interessada da mensagem.

2.1 Educação e mídia: reprodução social e prazer

Pensar a sociedade brasileira atual com sua característica de buscar o lazer, associada ao estudo da Pedagogia e à prática da Educação no Brasil, é enriquecedor na medida em que contribui para observar o papel dos modelos educativos sobre a formação do indivíduo enquanto ser social.

Embora haja divergências nas teorias pedagógicas desenvolvidas por pensadores brasileiros do século XX, é comum entre eles a concepção de que a Educação logicamente reproduz a estrutura sócio-política do país. Argumentos semelhantes foram formulados em relação à forma e ao conteúdo da televisão, sobretudo porque os valores consumistas e de estilo de vida capitalista estão sempre presentes, e não apenas na publicidade.

Considerar a escola como instrumento do capitalismo compôs o pensamento pedagógico brasileiro dominante nas décadas de 70 e 80, influenciado por teóricos chamados crítico-reprodutivistas, como os franceses Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Claude Baudelot e Roger Establet. A mídia foi também vista como contrária ao processo emancipador pela Escola de Frankfurt, criando uma aliança crítica com as teorizações do marxismo estruturalista francês sobre os aparelhos ideológicos do estado e sua função reprodutora.

Tragtenberg (1985) comenta que as relações de poder na escola, envolvendo professores, alunos, funcionários, diretores, orientadores, etc, espelham em menor escala a rede de relações que existe na sociedade. Segundo ele, a própria disposição das carteiras na sala de aula são exemplos disso.

“O estrado que o professor utiliza acima dos ouvintes, estes sentados em cadeiras linearmente definidas, [...] configura a relação “saber/poder” e “dominante/dominado.” (TRAGTENBERG, 2008, p.262). Embora esta crítica seja conhecida, a observação indica que o modelo de distribuição de cadeiras se flexibilizou, com cadeiras não fixas, por exemplo, mas a posição do docente na frente e por vezes em plano superior ao dos estudantes continua vigente.

Observa-se que em relação à televisão não é diferente. O aparelho da TV, assim como o professor, geralmente ocupa o centro e situa-se no alto. Na estrutura de um noticiário, de um lado estão os que detêm a informação (repórteres, jornalistas, especialistas convidados, entre outros) e do outro os espectadores com baixa ou nula capacidade de reação. Seu poder principal talvez esteja no controle remoto: desligar ou trocar de canal.

Assim, as analogias são mais que evidentes. Talvez fossem essas comparações que levaram a críticas à comunicação mediada, especialmente à televisão, que guardam estreitas relações com críticas ao sistema de ensino. Em relação às escolas, é dito que os alunos “desligam” e prestam pouca ou nenhuma atenção ao ensinado na sala de aula. Todavia, e apesar das analogias, a televisão não tem problemas de assistência como a escola. Todos parecem gostar de assistir à TV, inclusive as crianças.

Foi observando a estrutura educacional de poder e controle, elucidada por Tragtenberg (1985), que o psicanalista mineiro Alves (1988), em uma crítica a este modelo, propôs levar para as salas de aula o valor progressista da alegria. Sua teoria pedagógica, desenvolvida também nos anos 80, parte da característica da sociedade brasileira contemporânea de incessante busca pela felicidade.

Se o exemplo de alegria é o Carnaval, pode-se ter o direito a supor que ele passou a funcionar como modelo, em Alves (1988), para a escola. Embora seja um crítico da sociedade, também ele acaba impondo à escola o valor, no caso a alegria, que considera progressista e característico do Brasil.

Em paralelo, a mídia sempre utilizou o valor da alegria como meio de atração dos telespectadores, com programas de auditórios, programas humorísticos, a publicidade com humor, a festa na televisão, enfim, a lista parece ser infinita. Surge então a pergunta: a proposta da alegria na escola teria como modelo a alegria na mídia, sobretudo no rádio e na televisão? Mais ainda, a televisão não se orientaria pelo princípio da felicidade do espectador? Gerar sentimentos de felicidade não seria uma função principal do mundo midiático? Isto nos levaria a visualizar a mídia como progressista?

O pensamento de Alves (1988) é influenciado pelo suíço Johann Heinrich Pestalozzi que, no século XIX, caminhou para além do rigor técnico em que situava o estudo da Pedagogia e, inserido no movimento Romântico, focou suas reflexões na exaltação à imaginação, ao sentimento e a uma noção espiritual de Educação, animada pelo amor. Inaugurou-se então uma fase criativa da Pedagogia moderna, na qual se enquadrou Alves (1988) no século seguinte no Brasil.

O psicanalista traça como categorias principais de suas ideias pedagógicas o prazer, a fala, o corpo, a linguagem, o despertar e o agir. Ele critica a rigidez das escolas em educar para servir ao capitalismo, ao mesmo tempo em que parece sufocar na criança o desejo de ser feliz.

Todos sabem que o objetivo da educação é executar a terrível transformação: fazer com que as crianças se esqueçam do desejo de prazer que mora nos seus corpos selvagens, para transformá-las em patos domesticados, que bamboleiam ao ritmo da utilidade social. Filosofia silenciosa: cada criança é um meio para esta coisa grande que é a sociedade. Mas e a alegria e o prazer? Aqueles corpos não têm direitos? Não haverá neles uma exigência de felicidade? (ALVES In GADOTTI, 2008, p. 257)

As indagações do autor sugerem que o modelo em questão atua como se a integração social pela Educação não pudesse coexistir com o prazer e a diversão, na ideia de que as crianças são moldadas para enfrentar o dever da produtividade, do lucro, aprendendo desde cedo que a atenção primeira deve voltar-se para esta obrigação.

As considerações de Alves (1988) a respeito de uma repressão à felicidade precisam ser abordadas como relativas, já que seria contraditório pensar numa condenação absoluta do capitalismo em relação ao divertimento sob qualquer esfera, na medida em que o sistema é grande entusiasta da indústria do entretenimento.

De fato, o lucro, o ganho, a renda são postos de modo geral como meios para a felicidade na expressão de que “o dinheiro não traz felicidade, mas ajuda”. Ao mesmo tempo, corresponde reconhecer que o capitalismo encontrou na produção de passatempos, divertimentos, alegria e felicidade um amplo campo de produção de lucros.

Alves (1988) parece ignorar ou ocultar que as posturas utilitaristas em defesa do capitalismo tiveram como fim principal o aumento da felicidade. Ele então retoma um objetivo do capitalismo, a máxima felicidade para todos, para criticar uma escola capitalista que, para o leitor, pareceria fazer parte de um mundo pré-capitalista.

O autor reflete também sobre a sutileza que considera existente na pergunta feita às crianças com frequência: o que você quer ser quando crescer? Para ele, os adultos esperam sempre a resposta da profissão a escolher e talvez mal percebam a exigência de utilidade social embutida na interrogação, suscitando que, enquanto criança, ela nada é, mas será depois que passar pela escola.

Contudo, vale destacar que as instituições de ensino trabalham para o futuro da criança e isto é o que espera a sociedade. Sua função parece sempre ter sido a de fazer que a criança deixe de sê-lo. Por vezes, Alves (1988) demonstra que pretende que a escola deixe a criança ser criança, mas para este objetivo, ela não parece, por tradição, ser um lugar adequado. A

rua, o grupo de amigos e talvez os jogos eletrônicos atuais tenham relação bem mais direta com a “criança ser criança”.

Segundo o psicanalista, no contexto mercadológico, brincar significa inutilidade, produtividade zero e com o fim proibido do prazer puro e simples. Ele comenta que os prazeres gratuitos na sociedade contemporânea como contemplar a natureza, apreciar uma música, o riso, o fazer nada, a meditação ociosa ganham conotação subversiva, mas é justamente nessa gratuidade que reside a satisfação, de estudar como quem brinca ou ouve música.

O brinquedo e a arte representam uma válvula de escape para o ser oprimido pela cansaça do trabalho, observa ele, que acredita que só se aprende com facilidade o que proporciona prazer. Alves (1988) deixa de lado que a indústria da inutilidade do brincar, do passatempo e do entretenimento é poderosamente crescente. Por toda parte, até em beiras de estradas, o capitalismo cria lugares para contemplar a natureza e a paisagem. Ele parece inventar uma sociedade capitalista inexistente hoje para criticar a sociedade atual.

2.2 Utilidade e satisfação na aprendizagem

Para compor uma análise do modelo educacional direcionada a uma posterior comparação com o Telejornalismo, Lovisolo (1995) contribui nesta tarefa ao abordar motivações básicas que impulsionam as ações humanas sob o ponto de vista da lógica espontânea do ator social.

O autor afirma que para explicar uma atividade ou ação recorreremos aos motivos de utilidade, norma ou gosto. Mais ainda, procuramos atividades que façam convergir esses motivos. Guiando-se por esse pensamento, a base do raciocínio de Lovisolo (1995) na Educação se refere à necessidade de unir utilidade e gosto para a aprendizagem, componentes que poderiam gerar o interesse em aprender.

Ele comenta que esses dois estímulos por vezes estão em oposição, como por exemplo, na necessidade de tomar uma injeção. O prazer inexistente, mas a utilidade sim. O desagradável da ação é compensado pelo benefício à saúde. Valendo-se ainda de seus exemplos, existem também situações em que tanto utilidade quanto gosto estão ausentes.

Um aluno que pretende dedicar-se profissionalmente às Letras tem dificuldade em reconhecer a importância de estudar Química. E aí surge a pergunta: professor, isso serve pra quê? Deste modo, se para o educando é difícil vislumbrar utilidade no que se sugere aprender, distante ele está de gostar desta atividade.

Tal como comentado por Alves (1988), Lovisolo (1995) destaca que as crianças desde cedo se acostumam a vincular a escola a necessidades objetivas: é preciso estudar para ter melhores oportunidades no mercado de trabalho e ocupar boas posições econômicas e sociais. Entretanto, à medida que frequentam as salas de aula, em geral não avaliam o aprendizado de modo tão positivo e “o feitiço volta-se contra o feiticeiro”, nas palavras do autor (1995, p. 225). Ele aponta que a maioria das críticas ao sistema educacional, por parte dos educandos, se refere à falta de utilidade do que se ensina e também de prazer ou gosto no processo de aprendizagem.

Incentivar neles a satisfação em aprender completaria para Lovisolo (1995) o sucesso educacional. “O professor tem que ajudar a construir o gosto. Tem que deixar de pensar e agir como se as crianças não pudessem desenvolver a capacidade de admirar-se, de surpreender-se, de gostar. Tem que admitir que o desenvolvimento do gosto é também tarefa sua.” (LOVISOLO, 1995, p. 229). Esse elemento incentivador seria o contrapeso do utilitarismo. “Devemos contrapor o horizonte estreito, porém importante e funcional do utilitarismo, com o desenvolvimento do prazer de aprender.” (LOVISOLO, 1995, p. 229).

Segundo o autor, muitas propostas pedagógicas modernas usam como bandeira a necessidade de convencer crianças e jovens de que aquilo que se aprende na escola é útil e pode ser prazeroso. Especificamente o critério do gosto, para ele, domina cada vez mais os tempos atuais e imprime marcas de individualidade, singularidade e autonomia aos indivíduos.

Acreditamos assim que o ideal, que o desejável, seria fazer apenas aquilo que gostamos, que resulta em sensações e sentimentos de prazer. Isto significa que nossa sociedade está penetrada por atitudes e valores hedonísticos, mais precisamente por uma interpretação estetizante do ser e do dever ser do fazer humano. Acreditamos que é bom, justo, moral, fazer aquilo que é do nosso gosto, portanto, que é feito e aceito de dentro para fora. (LOVISOLO, 1995, p. 223)

2.3 Telejornalismo no Brasil: Meteorologia e Educação

Após refletir sobre as motivações para as condutas humanas, o sistema de Educação no Brasil e suas impressões por parte dos alunos, pelas considerações de Lovisolo (1995), é possível traçar relações analógicas entre o modelo educacional brasileiro e o Telejornalismo no país, em especial entre seus quadros da previsão do tempo, objetos deste estudo.

Talvez esses dois universos (escola e telejornal) não sejam comparáveis, mas analogias são feitas para destacar aspectos relevantes ao estudo do tema. A ideia é buscar indícios que mostrem que, quando é preciso informar, o modelo da escola é revitalizado como uma

referência tradicional de transmissão da mensagem, apesar de sua questionável eficiência, conforme será ainda mais explorado neste capítulo.

Primeiramente, uma relação parece coerente: o Telejornalismo é o espaço na televisão que teoricamente se assemelha a uma das principais funções da escola, de transmitir informação. E ainda possui a característica da seriedade, própria do modelo educacional predominante no Brasil. Cambi (1999) comenta que a imprensa de massa tornou-se uma ferramenta informal e até oculta de educar.

Os apresentadores de telejornal possuem a credibilidade e o respeito impostos por um professor ou pelo menos são trabalhados para isso. Assim como os docentes, em geral se expressam bem, são seguros, dominam os assuntos abordados e se empenham para fazer chegar uma mensagem clara ao espectador.

Raciocínio idêntico pode ser aplicado em relação à meteorologia apresentada nos telejornais. É interessante comparar as jornalistas que apresentam o tempo, que são mulheres na maioria das vezes, com a figura de uma professora. Semelhança que se acentua quando, por exemplo, passam a informação com detalhes técnicos, que geralmente fogem ao conhecimento do público.

Assim, mais do que informar, elas parecem ensinar de que modo a zona de convergência do atlântico sul se aproxima da região norte ou como as massas polares se deslocam pelo sul, como numa aula de Geografia. As jornalistas do tempo também apontam os mapas e adotam movimentos semelhantes aos de um professor diante da lousa.

2.3.1 Prazer pelo quadro do tempo

As comparações da apresentadora com a professora contribuem para relacionar aspectos pedagógicos ao quadro meteorológico de um telejornal, proporcionando ao espectador aprendizado e satisfação na forma do aparato televisivo, que comporta a entrega à vontade de ser feliz.

As “jornalistas-professoras” são amáveis, bonitas, simpáticas e elegantes, qualidades que fazem com que assistir àquele “quadro-aula” seja uma experiência ainda mais agradável. Como abordado no capítulo anterior, elas agradam ao senso comum e estão sempre adequadas para serem bem-vindas à sala de qualquer família brasileira, sentar-se no sofá ou à mesa de jantar e representar uma prazerosa companhia.

É interessante destacar que as moças do tempo sempre são pelo menos simpáticas. Elas são orientadas e requisitadas pelas emissoras a serem assim. Já entre as professoras, as

salas de aula comportam as simpáticas e as antipáticas também, pois, as diferenças de temperamento dos docentes, próprias do ser humano, não são moldadas como na televisão e o aluno está sujeito a oscilações de perfis de professores, que fazem oscilar também seu gosto pela aula. De fato, é fácil selecionar um pequeno grupo (as apresentadoras) com determinadas características e quase impossível é reuni-las em milhares de professores.

O prazer parece então evidenciado nos quadros do tempo com a satisfação de informar-se / aprender, nem sempre encontrada pelos alunos nas escolas. As jornalistas do tempo, com as qualidades enumeradas anteriormente, emprestam suas características ao quadro, tornando-o prazeroso para quem assiste, do mesmo modo que uma professora (ou professor) com iguais virtudes contribui positivamente para uma aula em que o prazer aparece como elemento motivador do aprendizado. Estes docentes são os que habitualmente ficam na memória.

Vale destacar que não faz parte deste estudo abordar se existe intencionalidade por parte das emissoras de televisão no aparecimento de aspectos da Educação brasileira na apresentação da meteorologia dos telejornais. De qualquer modo, caso exista, apenas indicaria o prestígio ou a dificuldade em superar o modelo educacional. Já se a montagem não se basear na intencionalidade, poderia supor-se então o peso simbólico do modelo, embora não conscientemente assumido.

Ao prosseguir com as comparações, não se pode deixar de citar que o próprio formato do quadro traz componentes de sedução que deixam as escolas em desvantagem. São atrativos para o telespectador os mapas coloridos que se movem, que mudam de cor para destacar os estados, que ilustram com nuvens e sol em movimento e as tabelas de temperatura que se abrem ao toque da moça do tempo. As tecnologias ficam a disposição do prazer da recepção.

Detalhes como esses, próprios da televisão, também envolvem o público numa atmosfera de fascínio, com sua tecnologia de cenários virtuais, chamativos e vibrantes, que atuam além do objetivo de informar, fazendo do espaço meteorológico do jornal um encontro do espectador com o encantamento, o prazer e o entretenimento.

Há ainda, um detalhe inerente ao formato do quadro, que é favorável em detrimento das escolas. O período de tempo (tempo este o do relógio) dedicado a uma aula é consideravelmente maior do que aquele destinado à transmissão meteorológica no Telejornalismo. O ritmo acelerado dos telejornais, imposto pela necessidade de cumprir o horário da programação da emissora, faz com que o quadro da previsão do tempo tenha um minuto, em média.

Essa comparação leva ao raciocínio de que prender a atenção e a concentração de uma pessoa por um minuto apenas é bem mais fácil do que por cinquenta minutos, a duração média de uma aula. A neurofisiologia atua a favor da televisão.

Portanto, o tempo prolongado das aulas é um fator que contribui para a dificuldade do professor em tornar atraente o assunto ensinado durante todo o período do encontro com o aluno, pois depara-se com a possível dispersão e exaustão do estudante. Ao passo que no Telejornalismo, os rápidos quadros da meteorologia são curtos o suficiente para explorar seu potencial atrativo na medida certa, sem dar margem ao desinteresse do receptor.

Outro fator que aumenta a lista dos aspectos desfavoráveis das escolas em relação ao espaço meteorológico se refere ao controle da presença do aluno nas aulas, que limita o número de faltas permitidas, sob o risco de reprovação. Assim, não raro essa obrigatoriedade em estar presente na sala de aula gera uma falta de vontade em comparecer a ela. Em analogia, parte do caráter atrativo do quadro do tempo deve-se ao poder de escolha, autonomia e descompromisso proporcionados ao espectador, que o assiste se quiser.

É interessante ressaltar ainda que além de professoras bonitas, simpáticas e bem articuladas, o prazer na escola também pode ser motivado por meio de recursos atrativos utilizados pelos docentes, como painéis e materiais multimídia ou mesmo pelo simples fato de o aluno se interessar pelo assunto ensinado.

Entretanto, ainda que haja considerável gama de condições favoráveis ao desenvolvimento do gosto, essa estrutura de motivação pouco se sustenta aos alunos diante do fato de terem que aprender para demonstrar conhecimento nas provas. Essa obrigatoriedade de ser avaliado abre brecha para a ausência de gosto no aprendizado e, por consequência, para o desinteresse, como uma reação em cadeia.

Conforme citado anteriormente, Lovisolo (1995) considera que as normas instituídas na sociedade também impulsionam as ações humanas, assim como a utilidade e o prazer nelas identificadas. O controle de presença nas aulas e as provas escolares compõem normas da instituição, são cumpridas pelos alunos por obrigação e, por isso, caem no desgosto deles.

“De fato, são normatizadas ações que se consideram de difícil realização espontânea, natural, por um grupo ou coletividade, e que sobretudo, acredita-se que resguardam valores de ordem pública” (LOVISOLO, 1995, p.213). Para o autor, seria ideal um mundo em que os três motivos para as ações convergissem sempre (norma, gosto e utilidade).

Cotidianamente, porém, enfrentamos a realização de ações nas quais os três motivos não convergem ou são abertamente divergentes. Assim, de praxe, realizamos atos de finalidade utilitária respeitando uma norma que consideramos inútil e nada prazerosa, ou podemos

realizar um ato considerado útil ou gostoso desrespeitando as normas. (LOVISOLO, 1995, p. 214)

As avaliações por que passam crianças e jovens nas escolas não ocupam na memória do adulto recordações das mais agradáveis. É possível lembrar, sem muito esforço, das provas difíceis e das notas baixas que por ventura resultaram delas. As consequências pesam ainda mais nas lembranças: o boletim vermelho, a bronca em casa, a reprovação ou o temor dela. Dificuldade nos exames e consequências a parte, apenas o fato de obrigatoriamente os estudantes terem que ser avaliados é suficiente para comprometer em parte o prazer que se possa ter na escola.

É possível notar que os quadros do tempo no Telejornalismo são como “aulas” de escola, porém, de escolas que não avaliam, que deixam os “alunos” livres para aprender, sem a obrigação de provar conhecimento e sem o temor da punição por falhas no saber adquirido ou pela completa ausência dele.

O que se retém do programa sobre o tempo pode ser usado para planejar o dia, para definir o que vestir ou apenas como tema de conversa. Não se tem responsabilidades sobre a informação obtida e o telespectador a utiliza se quiser. A grande diferença está nas condições do receptor e no que se espera que se faça com o recebido.

As pessoas não são punidas numa conversa caso não saibam a previsão do tempo do dia seguinte ou caso não tenham compreendido como se forma um El Niño, explicado pela moça do tempo. Ninguém é excluído socialmente, advertido na escola ou trabalho, nem tão pouco é alvo de reclamações em casa, simplesmente porque não há julgamento. Já na escola, em situação parecida, o aluno não passaria impune com o aprendizado deficiente.

Essa característica de proporcionar liberdade, que cede lugar ao gosto, parece ser mais acentuada no quadro do tempo do que nos espaços das demais informações contidas num telejornal. Isso porque, por vezes, indivíduos são taxados de mal informados ou alienados quando sistematicamente não acompanham os acontecimentos do noticiário geral e têm a participação prejudicada em conversas e debates do dia a dia.

Se reputação em baixa por esse motivo pode ser considerada punição, temos então uma certa falta de liberdade no ato de informar-se sobre os demais assuntos, que estabelece proximidade com a mesma falta na prática do aprendizado para o aluno. Nesse caso, absorver conhecimentos pelo Telejornalismo (excluindo a meteorologia) teria algum grau de obrigação.

A condição de bem ou mal informado de um espectador não é levada em conta em relação à meteorologia, porque esta representa uma informação objetiva, que não comporta discussão, emissão de opiniões, é frequentemente passatempo para conversas e, por tudo isso,

não qualifica indivíduos quanto à capacidade de integração, expressão ou posicionamento político-social.

Tais observações reforçam a ideia de que assistir ao quadro meteorológico tende a ser uma atividade prazerosa, na medida em que é descompromissada, livre, sem preocupação com posteriores avaliações ou julgamentos.

2.3.2 Utilidade na meteorologia

Após desenvolver ideias relacionadas à positividade do gosto para obtenção de informação e à obrigação de informar-se e aprender representada pela norma, será aplicada agora ao objeto deste estudo a outra premissa de Lovisolo (1995), de que algo precisa ser útil para o desenvolvimento de ações.

Pode-se dizer que os telejornais oferecem ao telespectador a utilidade básica de informar. Mas para abordar o critério da utilidade como motivador de interesse na informação meteorológica, é preciso levar em conta separadamente os públicos urbano e rural, pois os interesses de recepção podem ser significativamente diferenciados.

O telespectador que vive em áreas urbanas, que concentram 84% da população brasileira, segundo Censo de 2010 do IBGE, tem a atenção atraída pelo fato de a meteorologia o influenciar em seu cotidiano, como na roupa que irá vestir, no meio de transporte a utilizar, no lazer do fim de semana e outros detalhes de sua rotina. Este público usa a mensagem para decidir basicamente o que fará no dia seguinte e, melhor resumindo, sobre como passará o tempo, tempo este o do relógio.

Já para moradores de áreas rurais, a informação do tempo de um telejornal parece ser útil na medida em que interfere diretamente no cotidiano de trabalho de uma família ou de um empresário do campo. A utilidade da previsão meteorológica se dá no nível dos negócios, da produção, do lucro, da subsistência.

É verdade que, em alguns casos, a utilidade ligada à renda pode ser considerada por indivíduos de zonas urbanas, como motoristas de táxi ou vendedores ambulantes, exemplos de trabalhadores de grandes cidades que têm suas rotinas de trabalho alteradas em função do clima. Mas são exceções ou compõem grupos específicos.

É possível observar então que a utilidade dos quadros do tempo é fortemente vinculada ao cotidiano, tanto para o telespectador urbano quanto para o rural, sendo no caso do primeiro, relacionando-se à funcionalidade e ao lazer, e no segundo, ao trabalho predominantemente. Assim, independente de morar na cidade ou no campo, o público da

meteorologia dos telejornais encontra na informação uma utilidade imediata, pois se refere ao seu dia a dia, o que potencializa o interesse pela mensagem.

Ao comparar essa observação com os alunos na escola, destaca-se um mecanismo diferente, já que quando identificam as utilidades do que é ensinado, elas se mostram distantes, ou seja, são associadas essencialmente ao futuro e, então, o desinteresse em aprender pode ganhar espaço. Torna-se mais atraente aprender algo que possa ser útil de imediato, quando comparado a um aprendizado do qual seja difícil vislumbrar uma utilização em curto prazo e sua utilidade futura pareça pouco evidente.

Entende-se, portanto, que resguardadas as particularidades de interesse, as informações do tempo são úteis para ambos os públicos (urbano e rural) e a atenção é aguçada pelo imediatismo e pelos ingredientes favoráveis ao gosto, conforme abordado no subtítulo anterior deste capítulo.

Como sugere Lovisolo (1995), a fórmula ideal para o aprendizado parece ser mesmo a que agrega utilidade e gosto. O sucesso na transmissão da informação meteorológica, que gera uma recepção interessada, é determinado por essa convergência, em geral ausente nas escolas, como apontam os próprios educandos, de acordo com o autor.

Vale destacar, porém, uma exceção, já que nem sempre a coexistência de serventia e prazer é observada no quadro do tempo. Assistir por exemplo a explicações técnicas sobre a formação de chuvas nos oceanos pode ser tão desinteressante para o telespectador em geral quanto uma aula de Química para um jovem que pretende cursar Letras. A falta de interesse reside na dificuldade em ambos identificarem a informação como útil.

Contudo, esse desinteresse pode ser compensado pela experiência agradável que significa assistir à meteorologia ou a uma disciplina escolar, diante de apresentadoras/professoras com qualidades que captam a atenção do telespectador/aluno, o entretém e o ajuda a aprender. Aprender como quem brinca, como quem ouve música, assim como ilustra Alves (1988), sobre a facilidade no aprendizado quando envolvidos pelo prazer.

Vale destacar que não se pretende pensar que os postulados de Alves (1988) possam ser realizados, eles estão a serviço da crítica. No caso de Lovisolo, apenas funcionam como orientações, já que não procura que sejam postos como obrigatórios. Este autor parece mais interessado em detectar como funcionam temas aqui abordados do que em postular como deveriam funcionar.

A tabela a seguir reúne os pontos positivos e negativos das analogias entre escola e quadro meteorológico desenvolvidas neste artigo:

ESCOLA	QUADRO DO TEMPO
Professores nem sempre simpáticos	Apresentadoras sempre simpáticas
Extenso tempo de aula	Transmissão rápida da mensagem
Presença obrigatória	Assiste se quiser
Sistema de avaliação	Conhecimento não é testado
Aula nem sempre atrativa	Formato sempre atraente
Utilidade futura e pouco evidente da informação	Utilidade imediata da informação

Quadro 3: Comparação Escola / Quadro do tempo
Fonte: O autor.

2.4 Televisão brasileira como educadora

Uma das maiores distrações do brasileiro, a televisão, é assistida por crianças, jovens e adultos, por meio da qual é possível saciar a sede não somente de uma alegria restrita aos programas de entretenimento, em que o fim é a diversão, mas também de uma outra categoria de prazer, na qual a afetividade é o meio para auxiliar na satisfação de experiências como a absorção de informações em um telejornal.

Assim, com a emoção escassa nas escolas no aprendizado dos conhecimentos gerais de História e Geografia, das surpresas da Física e Química ou dos desafios da Matemática, os telejornais, ricos nessas e outras disciplinas e sedutores por característica do meio televisivo, parecem proporcionar ao telespectador/aluno o prazer de aprender, informar-se, esquecido nas salas de aula. E ainda sem demandar compromissos e sem testar o receptor no domínio e uso da informação para o futuro.

Conforme analisado, é no Telejornalismo, especificamente no espaço meteorológico, que reside um modelo de informar parecido com a escola, porém fortemente associado à satisfação em “aprender”. Este atraente veículo de comunicação, que é a TV, contribui significativamente para essa afetividade.

Com os avanços tecnológicos, a Indústria Cultural e a expansão dos meios de comunicação, Cambi (1999) ressalta que a primeira formação do imaginário não passa mais pela família ou pelas culturas locais e sim pela televisão, diante da qual as crianças brasileiras de 4 a 11 anos passam 4 horas e 51 minutos por dia, de acordo com pesquisa de 2005 do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), fazendo delas as campeãs mundiais em tempo gasto em frente à tela.

Para essas crianças, a TV parece oferecer o que não se encontra nas escolas, o que talvez considerem um “aprendizado” prazeroso, exatamente porque não condena a diversão e

a fantasia. De acordo com Cambi (1999), os meios de comunicação de massa ganharam força com o meio televisivo, que alteraram a percepção e a conceitualização, agindo em profundidade desde a infância como educadores de primeiro plano. A consciência pessoal, as aspirações, os gostos, os comportamentos e os consumos regulam, segundo o autor, a identidade individual e das massas, por meio da produção de mitos e visões de mundo.

Agindo sobre o seu imaginário, penetra com seu alimento e seu veneno em toda a personalidade infantil, adolescente e juvenil, [...] provocando homologações planetárias, transcontinentais e transculturais (a “aldeia global”), ativando processos cognitivos diferentes do passado, (se o meio é a mensagem, a linguagem icônica da televisão empobrece ou substitui a inteligência verbal, conceitual e lógica). (CAMBI, 1999, p. 631)

O despertar de diferentes cognições no indivíduo leva à discussão de que a escrita e a oralidade, cultivadas como foco nas escolas, acabam preteridas diante da sedução de imagens e sons televisivos. Gadotti (2008) sinaliza para essa falta de apelo dos recursos tradicionais de ensino, que geram um descompasso entre os métodos atualmente utilizados, de linguagem escrita, e a era digital, impregnada pela linguagem da televisão e do rádio, de fruição imediata.

A alegria no ensino escolar, sugerida por Alves (1988) como melhoria para o sistema de Educação, segue a mesma linha de descontração que a TV se empenha em adotar no ato de informar, desde que o conteúdo comporte, como é o caso da meteorologia. Ao contrário das escolas, a mídia como educadora baseia-se na disseminação de uma cultura regida pelo princípio do prazer, como destaca Cambi (1999, p.632):

“A cultura de massa torna-se uma grande provedora de mitos condutores do lazer, da felicidade, do amor e é animada por um duplo movimento, não apenas do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real.” Ele analisa que esta cultura é evasão e ao mesmo tempo integração, já que une e insere socialmente os indivíduos numa fuga da realidade.

3 A VISÃO DO PÚBLICO URBANO

Inicia-se neste e no próximo capítulo (3 e 4), a descrição dos resultados do trabalho de campo da pesquisa, composto por entrevistas e análise das mesmas, em que são observados comportamentos, percepções e opiniões dos receptores e produtores dos quadros meteorológicos dos telejornais abordados – Jornal Nacional (Rede Globo) e Rural Notícias (Canal Rural) – objetos desta dissertação. O ponto de vista dos entrevistados é analisado em suas relações com esses espaços específicos do Telejornalismo e o conteúdo teórico desenvolvido na Parte I deste estudo.

Em termos dos receptores, foram entrevistadas pessoalmente 40 pessoas de idades e escolaridades variadas, sendo 20 de áreas urbanas e 20 de regiões rurais. As entrevistas foram realizadas nos meses de janeiro e fevereiro de 2011, na cidade do Rio de Janeiro e em Brasília, locais onde foi abordada a população urbana. Na área rural, a pesquisa de campo se realizou no município de Barbacena e no distrito de Barro Branco, pertencentes à Zona da Mata de Minas Gerais. A ambos os públicos foi aplicado o mesmo questionário.

Este capítulo é destinado às entrevistas urbanas e se divide em duas etapas. A primeira delas é a descrição das entrevistas, com as principais avaliações e representações dos 20 participantes do Rio e Brasília, e a outra, a análise de seus pontos de vista, relacionando-os ao conteúdo teórico desenvolvido na Parte I desta dissertação, de elaboração anterior a esta pesquisa de campo, e também a novas ideias ou interpretações surgidas na interação com o material de campo.

Busca-se essencialmente verificar, na visão do telespectador, a existência de uma mistura entre informação e entretenimento nos quadros da previsão do tempo do Jornal Nacional e do Rural Notícias, a fim de que se estabeleça proximidade ou não com o que foi evidenciado nas considerações teóricas.

Vale ressaltar que, nesta etapa de avaliação da recepção urbana, o Jornal Nacional esteve em evidência em função da superior audiência, comparada a do Rural Notícias, já que 18 dos 20 entrevistados assistem ao JN, enquanto apenas três afirmam ter assistido algumas vezes ao noticiário rural. São analisadas a percepção e a postura do público da cidade diante das veiculações do tempo de ambos os telejornais, assim como o modo com que se relacionam com a meteorologia em suas vidas.

Nas respostas dos participantes da pesquisa, alguns temas se destacam entre os assuntos sugeridos pelas perguntas, não somente pela convergência de opiniões ser

quantitativamente significativa, mas também por ricas informações que levam a abordagens interessantes, ainda que por vezes suscitadas por uma minoria.

Expõe-se a seguir uma descrição quase quantitativa e qualitativa das respostas ao questionário. A subjetividade dos relatos, evidenciada a partir da pergunta 7, dificulta uma verificação quantitativa exata das considerações. Por vezes, entrevistados fornecem mais de uma opinião para uma mesma pergunta. Porém, com o cuidado de contabilizá-los uma única vez, chega-se ao número exato de 20 participantes.

3.1 Descrição das entrevistas

Pergunta 1: Com que frequência você se informa sobre a previsão do tempo?

O maior número de pessoas (13) afirma buscar a informação meteorológica todos os dias ou de forma frequente. Os sete entrevistados restantes se informam sobre a previsão às vezes ou raramente.

Pergunta 2: Você assiste pela televisão, lê nos jornais, na internet ou escuta no rádio informações sobre o tempo?

Do total de 20 pessoas, 18 tomam conhecimento da previsão pela TV. Outros veículos de comunicação são utilizados junto com a televisão, como a internet (9 entrevistados), o rádio (6) e o jornal impresso (3). Uma pessoa se informa somente por rádio e internet, e outra exclusivamente pelo rádio.

Pergunta 3: Você acha a informação sobre o tempo importante para sua vida?

Somam 18 os entrevistados que acham a previsão do tempo importante ou muito importante. Dois deles consideram de pouca relevância para suas vidas.

Pergunta 4: A informação sobre o tempo acerta ou erra mais?

Para 17 pessoas ouvidas, a previsão acerta mais, enquanto três observam que os erros são mais frequentes.

Pergunta 5: Você costuma comentar/conversar sobre o tempo no seu dia a dia? A abordagem do tempo é mais frequente do que sobre política, economia, esporte, assuntos da cidade?

Todos os entrevistados comentam ou conversam sobre o tempo no cotidiano, sendo que oito deles usam igualmente meteorologia e demais assuntos para comentários e conversas, e 12 abordam mais outros temas.

Pergunta 6: Para que você utiliza as informações da previsão do tempo?

Dez pessoas usam a informação meteorológica para planejarem o dia a dia e seus tempos livres. Para sete dos entrevistados, saber a previsão é útil somente ao cotidiano, enquanto para três, apenas para a definição do lazer. Do total de 20, duas pessoas mencionam a utilidade da informação para agricultores.

Pergunta 7: Você assiste ao Jornal Nacional? Como observa as informações do quadro do tempo em relação às demais informações do telejornal?

Do total daqueles que responderam ao questionário (20), 18 assistem ao Jornal Nacional, sendo que 16 diariamente e dois às vezes. Embora duas pessoas não assistam ao JN, uma delas comenta sobre o jornal, fazendo com que seja 19 o universo de entrevistados que opinam nesta pergunta.

A maior atenção à informação da meteorologia, em comparação às outras mensagens do telejornal, é dita por cinco telespectadores, enquanto seis dão menos importância e dois prestam igual atenção. O quadro é citado por alguns como confuso e complicado, mas também é mencionado como atraente e com capacidade de entreter.

A sensação de a previsão do tempo parecer a hora do intervalo é observada por cinco entrevistados e a maior proximidade da informação com o público, devido ao seu caráter utilitário, é comentada por duas pessoas, sendo uma delas pertencente também ao grupo anterior, de cinco espectadores que falam da semelhança com intervalo.

Pergunta 8: Em grande parte, a função de apresentar o tempo fica a cargo de jornalistas mulheres no Telejornalismo brasileiro. Por que acha que isso acontece? Acha interessante que continue assim ou seria importante a entrada de mais homens apresentando o tempo?

A respeito do primeiro questionamento, relacionado ao fato de haver mais mulheres apresentando o tempo, a maioria (15 pessoas) acredita que isso ocorre devido às qualidades que elas possuem como beleza, elegância e competência. A maior parte das virtudes citadas por esses 15 telespectadores são classificadas por eles como próprias da mulher e, quando os homens as possuem, aparecem em menor escala. São elas: tranquilidade, graça, suavidade,

delicadeza, meiguice, desenvoltura, presença marcante e facilidade de expressão e comunicação.

Ainda sobre a predominância das mulheres no quadro do tempo, cinco entrevistados consideram que se deve ao fato de elas chamarem mais a atenção não só do público masculino como também do feminino. Dessas cinco pessoas, apenas uma não pertence ao grupo de 15 citado anteriormente.

Três entrevistados, dos que já opinaram até agora nesta pergunta, mencionam também a vontade que as mulheres têm de avaliarem umas as outras, com destaque para as roupas. Cinco espectadores, sendo apenas um opinado pela primeira vez, acreditam que elas são maioria na apresentação da meteorologia porque a mulher combina mais com a função.

Quatro pessoas, pertencentes aos grupos anteriores, citam ainda a crescente presença feminina no mercado de trabalho e a competência para ocupar o cargo, na ideia de que se elas estão lá, é porque profissionalmente são melhores para apresentar os mapas. Seis telespectadores observam como motivo da predominância da mulher o fato de a mídia considerar que elas atraem mais os olhares masculinos e sugerem um apelo para a sensualidade. Dessas seis, três pessoas ainda não tinham se manifestado nesta pergunta 8, completando assim o total de 20 entrevistados.

Para uma pessoa, pertencente àquele grupo de 15, a figura das apresentadoras sobressai em relação à informação meteorológica e, para outro entrevistado, também daquele grupo, a mensagem é que fica em evidência, apesar de a moça do tempo ser admirável. Vale destacar que a primeira pessoa integra o público feminino e a segunda, o masculino.

Em relação à outra indagação, sobre a preferência das mulheres no quadro do tempo, 11 pessoas se dizem satisfeitas em assisti-las e preferem que elas continuem dominando esse espaço. Sem predileção, nove entrevistados consideram indiferente homens ou mulheres apresentarem o tempo e sinalizam para o princípio do mérito para tal. Nenhuma das pessoas ouvidas defendeu presença exclusivamente masculina na meteorologia dos telejornais.

Pergunta 9: As jornalistas que apresentam o tempo se diferenciam dos demais colegas de profissão? Em que aspectos?

Todos os 20 telespectadores observam diferenças relacionadas a particularidades da função que a moça do tempo ocupa. O posicionamento no estúdio (as moças de pé) é citado por nove pessoas, em comparação com os outros que apresentam sentados ou fazem reportagens nas ruas e quase não sendo filmados por completo.

Cinco entrevistados apontam que a única diferença está no tipo de informação que cada profissional transmite. Para três pessoas, sendo uma integrante do grupo anterior, as jornalistas do tempo parecem menos sérias e mais despojadas na maneira de falar e de se vestir.

Mais três entrevistados, sendo dois opinando pela primeira vez, apontam que as moças do tempo parecem profissionalmente menos preparadas e também três espectadores consideram o cargo delas como uma vitrine para se galgar posições superiores na hierarquia do jornal. Dessas últimas três pessoas, duas ainda não tinham emitido opinião, completando assim o total de 20 entrevistados. Cinco pessoas fazem outros comentários, sendo duas delas sobre a necessidade de a apresentadora da meteorologia ter que demonstrar que domina conhecimentos técnicos. Os outros três entrevistados comentam a beleza como diferencial, observando que no quadro do tempo somente entram as mulheres bonitas.

Pergunta 10: Tem TV a cabo? Você assiste ao Rural Notícias do Canal Rural (TV fechada)? Como observa as informações do quadro do tempo em relação às demais informações do telejornal?

Dos 20 entrevistados, três já assistiram ao Canal Rural, sendo que apenas um demonstra segurança para comentar sobre o Rural Notícias, por tê-lo assistido mais vezes do que os outros. Para este telespectador, as matérias do RN são bastante ligadas ao quadro da previsão do tempo, o que não ocorre no Jornal Nacional. Das 17 pessoas restantes ouvidas, 11 possuem TV por assinatura, mas não assistem ao Canal Rural, ao passo que seis entrevistados não têm acesso a canais fechados.

3.2 O tempo como tema de conversa

Após um balanço quantitativo e qualitativo do que foi dito pelos 20 entrevistados de região urbana (Rio de Janeiro e Brasília), é possível notar inicialmente, por meio das respostas às seis primeiras perguntas, o grau de importância da meteorologia na vida dessas pessoas e de que forma o tema se insere em suas rotinas.

Embora seja maioria no universo de 20, o número daqueles que buscam se informar todos os dias sobre o tempo não é tão elevado (13), contra sete que procuram às vezes a informação. No entanto, o fato de sete entrevistados não buscarem saber sempre, não quer dizer que achem a mensagem pouco relevante, já que quase todas as pessoas ouvidas (18)

consideram a meteorologia importante ou muito importante para seus cotidianos. E mais: os 20 afirmam utilizar os dados meteorológicos com frequência.

Apesar de alguns não “irem atrás” da informação do tempo com regularidade, como é o caso desses sete participantes da pesquisa, esta “chega” até eles por maneiras diversas, como através de comentários ou conversas. Assim, ficam informados sobre o assunto, ainda que não acessem diretamente veículos de comunicação.

Esse dado está explicitado na fala de um dos entrevistados. “Não me interessa muito por ficar olhando a previsão no noticiário. Acabo dando menos importância à informação do tempo quando comparada às outras notícias e acredito que isso ocorra porque fico sabendo sobre a meteorologia em conversas durante o dia, daí não é mais novidade”, conta Fepto. Os participantes da pesquisa são identificados por nomes-fantasia.

A previsão do tempo muitas vezes chega aos ouvidos das pessoas antes que se ligue a televisão, o rádio ou que se conecte à internet, por exemplo, simplesmente porque os comentários e diálogos antecipam a informação. O relato de Fepto leva a uma consideração interessante e de estreita relação com o entretenimento, que se refere ao tempo como tema de conversa.

Conforme o balanço das entrevistas, oito pessoas comentam igualmente sobre meteorologia e outros assuntos no cotidiano, enquanto 12 abordam mais outros temas. Mas vale destacar que independente da intensidade da abordagem, todos os participantes comentam ou conversam sobre o tempo rotineiramente. Balo afirma que comentários sobre meteorologia são comuns quando falta assunto ou se quer iniciar uma conversa, que segundo ele, pode surgir com um desabafo: "Que calor insuportável!", exemplifica.

A entrevistada Rofa brinca que falar do tempo alimenta a fofoca, enquanto Sergo observa que é um passatempo, recorrente no trabalho ou no ônibus. O mesmo acontece com Vana. “Converso no dia a dia sobre o tempo, muitas vezes no táxi, pois é gancho para puxar assunto”, aponta.

Já Fepto comenta em casa, com amigos ou parentes que moram longe para saber se chove ou faz sol na região deles. Tama diz que sua abordagem é normalmente atrelada a assuntos da cidade, pois chuvas prejudicam o deslocamento ao trabalho.

Os erros e acertos da previsão são motivos de assunto para Seba e Daga, em casa e nos transportes. A confiabilidade dos cálculos meteorológicos também é abordada no questionário. Dezesete pessoas percebem que os acertos são mais frequentes, ao passo que três observam que os erros predominam.

As considerações dos entrevistados acerca de conversar sobre o tempo mostram que, além de ser uma prática do dia a dia e ter um caráter funcional, os comentários também representam para a população urbana uma atividade ligada a um momento de descontração, relaxamento e descompromisso. Como abordado nos capítulos anteriores, não se tem responsabilidades sobre a informação do tempo e o indivíduo é livre para utilizá-la se quiser.

Tamanha liberdade não se encontra em outros assuntos, em que posicionamentos políticos, econômicos e sociais são exigidos e o indivíduo se vê preocupado com avaliações e julgamentos quanto a sua condição alienante ou socialmente integrada. Ninguém contesta a natureza, é informação objetiva, não requer emissão de opinião, tão pouco debates, pois o homem não controla e independe da realidade humana, como aponta Elias (1984).

Alguns entrevistados, como Daga, citam essa condição “intocável” do tempo. “Saber sobre o tempo é bem interessante, pois ele é inquestionável, não se rebate essa notícia, ela sacia o que a gente quer e pronto”, comenta. Para Balo, a diferença entre a notícia da meteorologia e as outras está na fonte da previsão, que é única e sempre a mesma. “É quase um diário oficial do tempo, pois não há diversidade de informações, muito menos de opiniões. Ali é preto no branco”, brinca.

Esta informação objetiva influencia o homem em seu cotidiano, desejos, necessidades e, por isso, é tão comentada, conforme comprovam as entrevistas. Comentar sobre o tempo também facilita a sociabilidade, pois abre o leque de interlocutores, já que é assunto impessoal, rotineiro e sem margem à subjetividade, pensamentos que foram desenvolvidos no capítulo I deste trabalho.

Salvo em casos de catástrofes naturais e fenômenos climáticos, como furacões, tornados e ciclones, a informação meteorológica tende a ser linear dia após dia, sem novidades, não exigindo um comprometimento, um senso crítico do espectador.

Desta forma, a obtenção da mensagem acaba por se traduzir em um momento relaxante, de descompromisso, que se resume em saciar a curiosidade e definir aspectos pragmáticos do cotidiano. Assim, os participantes do questionário contribuem para corroborar as considerações anteriores desta pesquisa de que falar sobre o tempo entretém e é uma forma simples de lazer, própria da conversa.

3.3 O quadro do tempo no Jornal Nacional e no Rural Notícias: intervalo e informação

Mesma correlação entre proposições já expostas no trabalho e resultado das entrevistas pode se dizer da utilidade da meteorologia na vida dos participantes urbanos da pesquisa, já

que todos utilizam a informação para seus dia a dias e para definição específica do que poderão fazer em suas horas livres: possibilidade de ir à praia, planejamento de viagens, etc.

No capítulo I, em conteúdo sobre a veiculação da meteorologia no Jornal Nacional, foi considerado que o público parece se identificar com o quadro na medida em que as informações meteorológicas o permitem planejar o cotidiano e o futuro próximo, constituindo-se um momento que personaliza o jornal.

Entrevistados confirmam essa identificação. “Observo que a notícia do tempo tem mais a cara do espectador do que as outras, porque é direcionada ao imediatismo das pessoas, o que elas farão amanhã, a partir dessa informação”, afirma Rofa.

Maso também aponta essa característica do quadro no JN, ao considerar que a hora da meteorologia é um momento que interage com o público, pois informa algo que influencia diretamente as pessoas, ao passo que, com as outras notícias, isso nem sempre acontece.

Em relação ao meio de comunicação mais utilizado para informar-se sobre o tempo, a televisão figura em primeiro lugar, com 18 pessoas que a assistem, no universo de 20. Este é um resultado previsível, já que o veículo é a principal fonte de informação no Brasil, presente em 94,5% dos lares, de acordo com o IBGE (2007), pela última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad).

Os relatos feitos a partir da pergunta nº 7 auxiliam o entendimento de como o público da cidade percebe e reage à veiculação do quadro meteorológico no Jornal Nacional e no Rural Notícias. A respeito do Jornal Nacional, o balanço das entrevistas traz números de acordo com a liderança de audiência do noticiário no país, já que quase todos (18) respondem que assistem ao JN.

O Rural Notícias, porém, é assistido por três entrevistados, o que condiz com o perfil urbano dos 20 participantes desta etapa da pesquisa. Quando perguntados sobre a percepção que se têm do quadro do tempo em relação às demais informações de ambos os telejornais, Alero, espectador do Rural Notícias, comenta que a apresentação da meteorologia neste noticiário tem sempre ligação com as outras matérias da sequência, enquanto no JN isso normalmente não acontece.

A observação do entrevistado remete ao pensamento revelado por cinco respostas de que o espaço meteorológico no Jornal Nacional parece um momento de intervalo. Para o público rural, que em grande parte depende da informação do tempo para providências de ordem de trabalho, esta notícia, somada às outras, compõe um conjunto homogêneo, integrado e de interesse evidente, o que será aprofundado no próximo capítulo, dedicado às impressões do morador do campo.

Na avaliação do público da cidade, o quadro da meteorologia no JN representa a ruptura de um todo, com informação nem sempre relevante, como apontado por entrevistados. “Encaro o quadro do tempo como um intervalo, nessa hora saio até da sala às vezes, já que não estou sempre ligada em saber”, afirma Rofa.

A semelhança com intervalo também é mencionada por Guma, que considera o quadro do tempo um acessório do telejornal. Para a espectadora Anaca, tal comparação se deve às informações da meteorologia parecerem menos sérias. Elope também ressalta a falta de conexão entre os assuntos. “Acho meio estranha a apresentação do tempo, pois fica como uma pausa, um pouco sem contexto. Quando há matérias interligadas com o tempo, me parece melhor, mas frequentemente isso não ocorre, então fica meio jogado”, comenta.

Essa sensação de pausa representada pelo quadro do tempo no Jornal Nacional, observada pelos entrevistados pela descontinuidade das notícias, é também gerada por outro fator, sinalizado pela resposta de Maso. “O quadro é interessante, observo que o jornal tem uma quebra quando aparece o tempo, porque passa do ao vivo para o gravado”, considera.

A partir dessa observação do telespectador, é possível destacar que o detalhe apontado estabelece ainda mais proximidade com o intervalo, na medida em que este também é uma gravação. Conforme citado, Anaca diz perceber o quadro como menos sério do que o restante do jornal. Talvez esteja nesse ponto uma explicação para a sensação da entrevistada, já que ainda que trechos gravados tenham a capacidade de passar credibilidade e seriedade, tais características ficam mais evidenciadas em transmissões ao vivo, que permeiam a totalidade do noticiário.

No Rural Notícias, a apresentação da meteorologia não é gravada. A jornalista do tempo interage ao vivo com os apresentadores da bancada, de pé e no mesmo ambiente, que a solicitam para as informações específicas, fazendo ligação com a última notícia veiculada. Do mesmo modo, também é feita relação com a informação seguinte ao conteúdo meteorológico transmitido.

Em comparação, a moça do tempo no JN transmite as informações em espaço a parte, sem qualquer interação com a bancada, o que marca o fato de ser um momento gravado. Essa integração da hora da meteorologia com o conjunto do telejornal rural é mencionada anteriormente pelo entrevistado Alero. Este participante da pesquisa afirma ainda que prioriza outras mídias para informa-se sobre o tempo, porque considera superficial a apresentação na TV, sobretudo no JN.

“A informação que as apresentadoras passam é fragmentada, elas têm pouco tempo para completá-las, em comparação com outras notícias, e não transmitem os detalhes como eu

gostaria. Tenho interesse pelas explicações porque gosto de Geografia, quero sempre saber como se forma um tufão, como acontece um arco-íris, essas coisas”, conta ele.

Por meio desse entrevistado, é possível notar como que a notícia meteorológica para o morador da cidade é realmente carregada de significados ligados bem mais ao lazer e ao relaxamento do que à seriedade do trabalho, ainda que a finalidade de absorver esta informação seja das mais variadas para este público.

Alero mostra que, mesmo sendo um homem urbano, busca dados completos e aprofundados sobre a meteorologia. Porém, essa procura não está atrelada a nenhum compromisso, a não ser o que tem consigo mesmo de satisfazer uma curiosidade pelo tema, que tanto lhe dá prazer. Este é mais um exemplo de ligação entre informação meteorológica e entretenimento para o cidadão não rural.

3.4 Tensão e distensão no Jornal Nacional

As explicações do público para o fato de perceber o quadro do tempo como um intervalo contribuem para a aproximação desse espaço do Jornal Nacional com um momento de entreter-se, em parte porque está desassociado de um todo caracterizado pela seriedade e sisudez das notícias gerais.

Esse pensamento é expressado por entrevistados que apontam a existência de um grau de estresse gerado pelas matérias do JN que antecedem a previsão do tempo, normalmente exibida na metade do telejornal, após um ou dois blocos de notícias. Sergio comenta que muitas reportagens são de tragédias, enquanto o espaço da meteorologia parece levar sempre uma mensagem leve, exceto nos casos de acontecimentos da natureza que causam destruição e mortes.

“Eventualmente comentamos que os telejornais só dão notícias tristes, calamidades, já quando vem o tempo, parece que temos uma forma de amenizar, uma pausa, uma quebra das notícias que incomodam”, considera o telespectador.

A entrevistada Vana também tece comentários no mesmo sentido. “O quadro meteorológico parece um intervalo de um bloco para outro do jornal, parece informação menos importante, como se fosse uma pausa de descanso para o próximo bloco de notícias que tiram o sossego da gente. Embora eu saiba que a informação do tempo é importante para muitas pessoas”, afirma.

Essa percepção de opostos entre as informações gerais e a do tempo no Jornal Nacional, agora sob a perspectiva do público ouvido, leva à abordagem sobre tensão e

distensão em certos tipos de lazer, desenvolvida por Elias e Dunning (1985), conforme exposto na parte teórica deste estudo. Segundo os autores, a excitação é elemento importante para que o momento de descanso e relaxamento seja vivenciado com intensidade.

Ao comentar que as notícias do JN geralmente incomodam e tiram o sossego, Sergo e Vana contribuem para mostrar a presença da excitação naquele momento do telejornal, que é atenuada, na sequência, pelo quadro da meteorologia, em geral composto por informações sem a carga de estresse do bloco de notícias que o antecede.

O fato de entrevistados compararem a apresentação da previsão do tempo com a hora do intervalo na programação também pode ser associado à liberação das tensões que esta pausa proporciona, da mesma forma que a excitação provocada por um filme inquietante é atenuada quando surge o intervalo. O entrevistado Sergo comenta que as matérias gerais são mais interessantes porque trazem expectativa, enquanto a meteorologia normalmente apresenta-se sem novidades.

A expectativa a que o espectador se refere positivamente está ligada não somente ao novo, ao inesperado das matérias do jornal, mas também à possibilidade do despertar de emoções representadas pelo riso, amor, simpatia, amizade, ou mesmo pelo medo, risco, horror e ódio, suscitadas por informações de tragédias, calamidades e mortes.

Para Elias e Dunning (1985), mesmo estes sentimentos que estão longe de serem agradáveis, quando experimentados em certos tipos de lazer, como pela televisão, associam-se a sentimentos de prazer. Esta inquietação apontada pelos entrevistados da pesquisa, que estabelece proximidade com a excitação agradável citada pelos autores, torna-se elemento importante para potencializar a sensação de relaxamento encontrada no espaço meteorológico, que sucede as notícias gerais.

“A excitação é, assim por dizer, o condimento de todas as satisfações próprias dos divertimentos.” (ELIAS; DUNNING, 1985, p. 116). Assim como no jogo de futebol, em que o gol tem mais “sabor” quando marcado após período de dificuldade, ansiedade e excitação, a experiência agradável do telespectador em assistir ao quadro do tempo no JN é mais prazerosa devido ao desassossego provocado pelo bloco anterior.

Deste modo, conforme já comentado nesta dissertação, se a informação meteorológica fosse apresentada no começo do Jornal Nacional, certamente não teria espaço para a satisfação do público no nível em que é experimentada ao ser transmitida na metade do telejornal como acontece.

“Da mesma forma, um jogo desportivo pode ficar comprometido se a vitória for conseguida, demasiadas vezes, depressa demais. Nestas circunstâncias, a tensão agradável

provocada pela excitação está ausente ou é excessivamente breve.” (ELIAS; DUNNING, 1985, p.84).

Ao informar-se sobre a previsão meteorológica no noticiário líder de audiência, o público encontra o prazer exatamente no contraste entre a tensão causada pelas matérias gerais e a distensão resultante da mensagem da meteorologia, que como consideram entrevistados, parece uma pausa para o descanso.

Além da informação em si, normalmente caracterizada pela leveza, este relaxamento encontrado no quadro é também proporcionado por seu formato atraente e pelas qualidades das apresentadoras, assuntos explorados mais adiante neste capítulo. A telespectadora Daga comenta o JN de acordo com esse pensamento. “O quadro da meteorologia distrai os espectadores, ao contrário das outras notícias”, aponta.

Certamente, quando não se julga distraída pelas matérias do jornal, Daga se refere à parcela de tensão que elas proporcionam e que geram desconforto, mas que são essenciais para a posterior sensação reconfortante vivenciada com o espaço da previsão do tempo.

Elias e Dunning refletem também sobre a eficiência da dualidade entre tensão do trabalho e tensão agradável, no auxílio ao relaxamento no lazer. “Se as pessoas estão demasiadamente excitadas ou tensas, a música excitante poderá ajudar a acalmá-las. Se estão entorpecidas com o desespero e o desânimo, podem encontrar alívio na estimulação dos seus sentimentos através de músicas melancólicas.” (ELIAS; DUNNING, 1985, p. 122).

Mecanismo parecido pode ser observado no Jornal Nacional. Quando o noticiário começa, o indivíduo está ainda sob efeito da excitação do dia, gerada pelo trabalho ou pelas atividades de obrigação. Ao assistir às matérias (fora da meteorologia), o espectador igualmente se excita, porém de forma agradável, porque ele se encontra em momento de lazer, por sua própria escolha, e sob influência de emoções que seriam por vezes perturbadoras, caso estivesse fora daquele contexto de divertimento.

É nesta mesma medida de tensões que se contrastam, mas também se completam, que está a chave para o prazer, consolidado no JN pela veiculação do quadro meteorológico, num encontro com a distensão, o relaxamento, o conforto, o descanso.

3.5 Entretenimento no quadro do tempo: formato atraente e mulheres à frente dos mapas

Ao retomar a reflexão dos motivos que levam o indivíduo a assistir ao quadro do tempo do Jornal Nacional como a hora do intervalo, pela leveza da informação, o que traz a

ideia do entretenimento, outro dado se encaixa nesta questão. Seis participantes da pesquisa afirmam prestar mais atenção às notícias gerais deste telejornal do que à meteorologia, ao passo que cinco ficam mais atentos ao espaço do tempo.

Os relatos a seguir mostram que esses dois grupos de entrevistados, opostos à primeira vista, convergem para o seguinte ponto: a mistura entre informação meteorológica e entretenimento. Primeiramente, são abordados aqueles que voltam atenção prioritariamente aos assuntos gerais.

O motivo apontado por Velu, por exemplo, se refere ao fato de que ao longo do dia ela se informa sobre o tempo pela internet, por isso já sabe a previsão na hora em que o JN é exibido e o quadro da meteorologia não a prende no sofá.

Esse conhecimento antecipado da informação, que faz com que esta deixe de ser novidade no momento da veiculação do jornal, foi destacado anteriormente com o relato do entrevistado Fepro, que também dá menos importância ao quadro, mas porque fica sabendo por meio de conversas durante o dia.

Balo apresenta outra razão pela qual perde o interesse na meteorologia e, assim como o intervalo, tanto faz assistir. “Assisto diariamente, mas a previsão do tempo não prende a minha atenção cem por cento, pois só me interessa a informação relativa à minha cidade. Considero que esse assunto deveria restringir-se aos telejornais locais, deixando para o JN apenas as informações sobre fatos extraordinários”, considera ele.

Mesma impressão é compartilhada por Maso, para quem os dados meteorológicos da Região Sudeste são privilegiados em detrimento do resto do Brasil. “Não concordo que excluam tanto as capitais nordestinas da apresentação. Sou do Nordeste, atualmente moro no Rio, mas quando morava lá, ficava sabendo sobre o tempo basicamente do Sudeste e somente uma ou outra capital nordestina era mencionada. Ou seja, não ficava sabendo que tempo faria onde eu estava. Eu tinha a visão de uma bela moça, que me passava uma informação que não servia para mim”, relata.

Os motivos que levam parte dos entrevistados a dar menos atenção à meteorologia do Jornal Nacional, comparado às outras informações do noticiário, não exercem o mesmo efeito em outros telespectadores, que destacam aspectos diversos para ficarem mais atentos ao quadro (5 pessoas). É analisado agora esse grupo.

Como já ressaltado em etapas anteriores do trabalho, independente da informação meteorológica em si, detalhes inerentes ao formato do quadro e a suas apresentadoras constituem atrativos ao público, o que pode ser percebido pelas respostas ao questionário.

A respeito do espaço meteorológico do JN, jornal mais assistido e ao qual os próximos comentários também são direcionados, Tama considera interessante, rápido e atraente, em contraste com a morosidade e densidade do restante do noticiário.

Balo também destaca o formato do quadro, embora não seja tão atraído pela informação em si e pertença ao grupo dos que ficam menos atentos ao tempo, conforme mostrado. “Acho que a emissora se esforça para tornar o quadro atrativo, usando uma ilustração movimentada”, aponta.

O aspecto prático permeia a previsão do tempo do JN, que essencialmente informa as temperaturas máximas e mínimas de algumas regiões para o dia seguinte. A praticidade, certa superficialidade no ato de informar e o caráter não denso do quadro são outras características que o aproxima de um momento de intervalo, comparado pelos participantes da pesquisa, que também remete a uma pausa para descansar dentro do Jornal Nacional.

Componentes de sedução pela imagem como a tecnologia, próprios da televisão, envolvem o público numa atmosfera de encantamento e prazer, com cenários virtuais chamativos e apresentadoras que parecem moldadas para se encaixarem na forma perfeita daquelas que fornecem emoções para além da informação. A comparação com o intervalo é também pertinente se levada em conta a distração que esses elementos representam na transmissão meteorológica no JN.

É na questão da afetividade refletida pela moça do tempo, que 15 das 20 pessoas entrevistadas destacam qualidades das apresentadoras, para compor um palpite a respeito do porquê da predominância feminina na função. Assim, ressaltam características como beleza, elegância e competência, além de outras que julgam próprias da mulher, como tranquilidade, graça, suavidade, delicadeza, meiguice, desenvoltura, presença marcante e facilidade de expressão e comunicação.

Diante de tais predicados, 11 telespectadores preferem a presença de uma mulher apresentando a meteorologia, enquanto nove se dizem indiferentes quanto ao sexo, desde que se apresente competência para o cargo. Nenhuma das respostas sinaliza pela preferência de presença exclusivamente masculina.

A movimentação pelo cenário para apontar os mapas ou andar de uma tabela de temperatura para outra, por exemplo, leva alguns entrevistados a elaborar comentários quanto aos gestos, melhor conduzidos pelas mulheres, segundo Alina, Elila, Mariba, Guma e Sergo. Para estes, apresentar o tempo combina mais com elas, que são suaves e delicadas.

O entrevistado Maso também não poupa elogios às moças do tempo. “A mulher passa meiguice e tranquilidade, próprias delas. Tem um toque diferente, especial, elas também se

expressam melhor do que os homens. Prefiro uma mulher apresentando”, diz ele, completado por Sergo, para quem a leveza das moças se contrasta com a voz grossa e a imagem pesada dos homens.

Mesmo para quem afirma que tanto faz um homem ou uma mulher no quadro, os elogios às apresentadoras aparecem. “Como defensora da igualdade de gênero, sugiro mais homens apresentando o tempo, bonitos e elegantes, para chamar mais a atenção das mulheres. O que não quer dizer que não goste de assisti-las na função, elas são ótimas”, comenta Velu.

Mariba exalta as qualidades das apresentadoras do tempo para justificar a razão pelo maior interesse na notícia meteorológica em detrimento das outras do Jornal Nacional. “As mulheres são delicadas nos movimentos e explicam bem, prefiro que sejam elas, os mapas são um pouco complicados e passa muito rápido, mas com elas explicando, fica melhor”, aponta.

Detalhe citado por esta última entrevistada leva à abordagem de uma das virtudes da moça do tempo, mencionada pelos participantes da pesquisa, que se refere à maior facilidade de expressão e comunicação das mulheres em relação aos homens. Essa característica foi abordada no capítulo II, na comparação da apresentadora do tempo com a figura da professora, que aponta os mapas assim como a outra aponta a lousa, e que domina e explica os assuntos com a segurança e a credibilidade de um docente.

A julgar por mapas de difícil entendimento, como citado por Mariba e também por Seba e Cesaco, a explicação bem feita dos mapas parece ser mesmo um elemento de valor para o público urbano, que em geral tem pouca afinidade com a meteorologia. “Elas falam melhor, têm facilidade de expressão”, aponta a entrevistada Emifa, complementada por Anaca. “As mulheres são mais comunicativas e combinam mais para apresentar o tempo”, diz.

Seba também reforça o coro. “Assisto e presto mais atenção à informação meteorológica, mais do que as outras notícias. Elas explicam bem melhor do que os homens, têm mais graça, mais classe, falam mais pausado. Aqueles mapas são confusos e se não for passado com a tranquilidade delas, ninguém vai entender direito”, comenta.

A admiração às jornalistas do tempo por vezes chega ao ponto de elas se tornarem a razão principal pela qual o público está ali sintonizado. É o caso de Emifa, que observa ser comum alguém assistir a um telejornal por causa de um jornalista específico.

“A figura delas atrai mais do que a notícia, pois utiliza a beleza, a presença, a entonação. Elas falam melhor, têm facilidade de expressão. Embora seja uma informação muito igual, presto atenção ao tempo porque gosto bastante das apresentadoras, como a Rosana Jatobá e a Flávia Freire”, aponta a espectadora.

Vana acredita que a mulher tem mais a ver com o quadro meteorológico, porque assim ficou convencionado na mentalidade das pessoas. “Acho que alguns estereótipos na TV foram criados, do tipo: homens apresentando esporte, mulheres apresentando o tempo. Nos casos raros em que vejo homens na função do tempo, me causa um certo estranhamento, parece que ele está no lugar errado! Gosto do jeito que está: mulheres no tempo, homens no esporte”, considera.

Rofa também opina nesse sentido. Segundo ela, a mulher tem mais desenvoltura na apresentação da meteorologia, da mesma forma que o homem para falar de futebol, luta e esportes em geral. A respeito da existência de traços ligados a entretenimento na meteorologia do JN, Vana aborda essa característica apontando que a leveza da mulher proporciona uma quebra na seriedade, o que atrai o público, embora elas não deixem de ser profissionais, visto a postura que adotam e as roupas que usam.

Outras duas pessoas compartilham essa observação. “As jornalistas do tempo me parecem mais despojadas, podem se comunicar de forma mais ‘light’, já as outras são mais sérias”, considera Alina. Para Elope, as apresentadoras que ficam nas bancadas, que aparecem apenas da cintura para cima, parecem vestir roupas mais sérias, ainda que as moças do tempo não adotem modelos ousados.

As vestes das moças do tempo, citadas por Vana e Elope, também exercem papel a ser destacado em relação à predominância das mulheres no quadro do tempo, associada a um momento de lazer no espaço da meteorologia. Isso porque três entrevistados mencionam o hábito e a vontade que as mulheres têm de avaliarem umas as outras, com destaque para as roupas, fazendo com que assistir às moças do tempo seja uma vitrine para observar tendências de moda.

Esses três telespectadores compõem universo de cinco que consideram que as mulheres são maioria na meteorologia, porque chamam mais a atenção não só do público masculino, como também do feminino. Fepro é um deles, segundo o qual as mulheres querem observar o que as jornalistas andam vestindo na TV.

Daga contribui com sua opinião feminina. “Acho que as mulheres se vestem bem e passam mais elegância do que a figura masculina. Os homens não têm muito como variar a roupa, os ternos são todos iguais. Já elas variam bastante, uma hora usam saia, outra, vestido, calça, ... e com isso chamam atenção tanto dos homens quanto das mulheres. Deles, mais para admirar, e delas, para copiar os modelitos!”, brinca.

O entrevistado Sergo também acredita que as mulheres dominam o espaço meteorológico, porque atraem mais a atenção de homens e mulheres, sendo que no caso delas,

principalmente para apreciar as roupas da apresentadora. Guma concorda: “Mesmo as mulheres gostam mais de vê-las”.

Tamanha atenção do público dada à moça do tempo, com destaque para as roupas, se deve também ao fato de ela apresentar o quadro de pé, em oposição aos colegas de estúdio que ficam sentados, posicionados atrás das bancadas e, por consequência, com corpos menos a mostra. Assim, nove pessoas ouvidas citam essa diferença, inerente à presença física, quando perguntadas sobre o que distingue as jornalistas do tempo dos demais. Já cinco entrevistados apontam que a única diferença está no tipo de informação que cada profissional transmite.

No início deste subtítulo, foi antecipado que, por meio das respostas apresentadas, seria possível notar que o entretenimento permeia o espaço da meteorologia do Jornal Nacional, seja qual for a relação de interesse e prioridade que o telespectador urbano estabelece sobre a mensagem meteorológica em relação às demais informações do JN. Característica esta que aproxima o quadro do tempo da hora do intervalo.

Em breve recapitulação, no grupo daqueles que dão pouca importância ao quadro, verifica-se o predomínio da vontade de não assisti-lo, quando este traz conteúdo de pouco interesse para a região onde se reside e quando a informação da meteorologia já foi antecipada por comentários durante o dia ou por acesso a outros veículos.

Neste caso, encontra-se a sensação de liberdade e descompromisso com o quadro, já que ao sair de frente da tela, pode-se fazer o que quiser, é um tempo livre, como um intervalo, um momento de se distanciar, ainda que brevemente, das notícias classificadas pelos participantes como sérias e incômodas. Na sequência, retorna-se ao sofá para assistir ao restante do noticiário, em que a absorção daquelas informações assegura a integração social, permite a elaboração de posicionamentos político-sociais e torna-se de certa forma uma obrigação.

Mesmo para aqueles que não se sentem tão intimidados quanto aos julgamentos sociais a respeito de suas capacidades de articular opiniões sobre tudo o que os cerca, as matérias gerais podem parecer mais densas do que as do tempo.

Já a respeito do conjunto de espectadores que se importa mais com a meteorologia do Jornal Nacional, em detrimento das outras informações, este deseja assisti-la porque ainda não soube a previsão ao longo do dia ou porque, mesmo sabendo, opta por continuar no sofá. A ligação com o entretenimento, para o primeiro caso deste grupo, está na leveza da informação e na identificação com ela, por sua utilidade e relação com o cotidiano, o que leva prazer à recepção da mensagem, pelo interesse que desperta. Tais ideias foram abordadas no capítulo

II, sobre gosto e serventia como motivações para as ações, e confirmadas aqui por entrevistados.

Já o telespectador que prefere assistir à meteorologia, mesmo já tendo acessado a informação, também desfruta de momento prazeroso, no fato de que sua permanência no sofá se atrela ao caráter atraente do quadro, composto por detalhes que vão além dos dados meteorológicos em si e o distraem. São eles: os cenários interessantes, o dinamismo, a rapidez, a objetividade da transmissão e as apresentadoras com suas qualidades tão citadas pelos participantes da pesquisa.

Assim, independente do perfil de espectador, atento ao quadro meteorológico ou desmotivado a assisti-lo, o entretenimento está presente como uma forma de distensão. Isso porque, quando a moça do tempo inicia a previsão, seja qual for o motivo que leva o público a sair do sofá ou nele permanecer, a semelhança do quadro com o intervalo se concretiza, simbolizando relaxamento, descanso e liberdade.

3.6 Admiráveis apresentadoras: sensualidade e respeito

Após analisar as considerações do público a respeito das apresentadoras do tempo, com destaque para as vestes que usam e as qualidades ressaltadas, é interessante abordar também aspectos corporais, carregados de simbolismo e significado, que envolvem essas jornalistas e que foram trabalhados no capítulo I desta dissertação, sendo possíveis outras avaliações neste momento do estudo, por meio das respostas ao questionário.

Naquele capítulo, uma crônica do jornalista Arthur Dapieve, com o título de “A moça do tempo e o marido de sofá”, publicada em 24 de abril de 2009, no Jornal O Globo, foi citada para exemplificar como o momento da meteorologia num telejornal pode ser empolgante para o público masculino, ao admirar as “curvas” das apresentadoras.

Essa atmosfera envolvendo a sensualidade em torno de suas imagens corporais é comentada por seis entrevistados, como sugestões para a predominância de mulheres no quadro. Alerio é um deles. “Assim como ocorre em outras mídias, há um apelo grande pela sensualidade feminina na TV. As feições, o corpo e o jeito delicado são fortes atrativos, entre outros. Mas acho que este espaço deveria ser ocupado por mérito, independente de ser homem ou mulher, ou seja, pelos pré-requisitos profissionais e não corporais ou mesmo sensuais”, afirma.

De acordo com o telespectador Fepro, para o público feminino não faz diferença se é homem ou mulher apresentando a meteorologia, mas para o masculino, sim. “Não para mim,

mas já ouvi muito homem dizer isso”, destaca. Para Guma, quem gosta da previsão do tempo assiste independente do sexo do apresentador, e quem não gosta passa a gostar, porque as jornalistas são belas e todos as admiram, especialmente o público masculino.

Velu também acredita que haja mulheres predominantemente na função para atrair a atenção dos homens e ter audiência, sobretudo na área urbana. “É um palpite. Não que os homens do campo deixem de observar as moças do tempo, só acho que eles estão mais preocupados com o que elas estão falando do que os homens da cidade grande, devido à maior importância do clima na vida deles”, comenta.

A espectadora Vana leva em conta a mudança de perfil do público do JN ao longo dos anos, para considerar que talvez não caiba mais o predomínio da mulher na meteorologia. “Se é interessante permanecer assim? Acho que mercadologicamente não, pois o público dos jornais agora são misturados, não são tão masculinos como antes. As mulheres se preparam para assistir ao Jornal Nacional como acontecia apenas com as telenovelas”, aponta.

Pelas entrevistas, é inegável que um certo erotismo permeia a presença dessas moças no quadro, como um hábito de agregar valor ao corpo e entreter-se com o intrínseco, o sugerido, o devaneio. São componentes que fazem parte do conjunto de elementos que integram o espaço meteorológico em nome do prazer para além da informação, como amplamente abordado neste trabalho.

Por vezes, a atenção aos atributos físicos de tais apresentadoras gera preconceito, agravado pelo fato de espectadores as perceberem como menos preparadas, como é verificado em três respostas. “Na função de apresentar o tempo só colocam as bonitas. Acho que hierarquicamente elas são inferiores nos telejornais e apesar de jornalistas, não são vistas como tal, são as garotas do tempo”, considera Vana.

Cesaco aponta que há mais mulheres porque muitos consideram uma função “menor”, como se a imagem tivesse mais importância. “É um tipo de preconceito com elas e com o cargo, não deveria ser assim”, diz. Para Guma, elas parecem estar em início de carreira para depois chegarem às bancadas.

O entrevistado Balo, para quem ambos os sexos deveriam ser utilizados na meteorologia, menciona que a mulher é maioria no cargo, porque os executivos das emissoras consideram que ela pode somar audiência. Segundo ele, o risco é o público desviar a atenção da notícia para a moça.

De fato, a Rede Globo reconhece que a exposição do corpo é um atrativo mesmo no Telejornalismo, conforme mostrado no capítulo I deste trabalho, em que livro dedicado aos 35 anos do Jornal Nacional, traz foto da jornalista Sandra Annenberg à frente de um mapa em

1991, época em que apresentava a meteorologia. A legenda da ilustração diz que ela virava-se de costas para não desviar a atenção de quem a assistia.

Como também observado naquele capítulo, tal apelo pela imagem física parece não ter mudado 20 anos depois, já que as atuais moças do tempo do Jornal Nacional apresentam a previsão obedecendo ao mesmo formato, se posicionando de pé e se movimentando pelos mapas, o que acaba por evidenciar o corpo.

Essa nuance em relação ao foco na apresentadora e não na informação leva a colocações opostas de participantes da pesquisa. Segundo já apontado, Emifa diz que a figura das jornalistas a atrai mais do que a própria notícia do tempo, pela beleza e presença marcante que possuem. Percebe-se que mulheres bonitas atraem os olhares e a admiração de homens e mulheres.

Para Maso, porém, embora as belas apresentadoras chamem sua atenção, a recepção da informação meteorológica não fica prejudicada. “Apesar de bonitas e admiráveis, as notícias não ficam na sombra delas, a informação sobressai. Elas estão mais a mostra por estarem de pé, mas não apelam para uma sensualidade vulgar, é algo na medida certa”, considera ele.

Vale destacar que para uma mulher participante da pesquisa (Emifa), a moça do tempo sobressai em detrimento da notícia e, para um homem (Maso), ocorre o oposto: a atenção volta-se primeiro para a informação. Ao considerar a configuração das respostas deles, é pertinente relativizar a abordagem da sensualidade no quadro, a fim de que se evite interpretações talvez estereotipadas.

Diante do apelo à sensualidade por parte da Rede Globo, evidenciado pelo caso Sandra Annenberg, não deveria verificar-se o contrário na recepção de Emifa e Maso? Ou seja, ela com foco na notícia e ele, na apresentadora? Não se deve desconsiderar que os “maridos de sofá” e seus seguidores apreciem os atributos físicos das jornalistas do tempo, mas cabe propor, a partir das respostas do público, uma ponderação a respeito do tema do erotismo e culto ao corpo nos quadros do tempo.

Esta reflexão se dá em função de como o espectador recebe a sutil intenção de agregar valor ao corpo neste espaço jornalístico, como ocorre com a Rede Globo, pelas evidências contidas no livro do Jornal Nacional. Além dos dois telespectadores citados (Alero e Velu), apenas mais um (Balo) aborda a questão de a atenção ser ou não desviada para a moça do tempo em detrimento da informação. E mesmo assim, não explicita o que ocorre com ele neste caso, apenas menciona que as emissoras valorizam o aspecto corporal em prol da audiência, conforme mostrado anteriormente em sua fala.

Num universo de 20 pessoas, seis abordam o tema da sensualidade quando perguntados sobre o porquê de haver mais mulheres no espaço meteorológico dos telejornais. Porém, as respostas mostram-se impessoais como a de Balo, considerando o erotismo uma suposta intenção da emissora ou uma possível sensação vivenciada pelo outro e, em nenhum momento, como percepção ou vivência próprias.

Será que esses seis entrevistados respondem assim por constrangimento ou para não se comprometerem em falar de assunto que pode ser mais íntimo do que supõe-se? Das pessoas ouvidas, 14 sequer mencionam a imagem corporal como fator responsável pela presença dominante da mulher no quadro, pois se detêm principalmente às qualidades desvinculadas do aspecto físico, como tranquilidade, graça, suavidade, delicadeza, meiguice, desenvoltura e facilidade de expressão.

Esse detalhe nas respostas dos entrevistados vai ao encontro da abordagem do capítulo I de que a admiração às moças do tempo, para o homem telespectador, não é no nível da atração física e desejo sexual apenas, mas sim e sobretudo na ordem dos devaneios pela beleza delas, pelo respeito àquela mulher elegante, discreta, simpática e ideal para ser sua companheira. Maso sugere essa ideia quando comenta que as apresentadoras são sensuais, sem serem vulgares. O jornalista Dapieve (2009) também aborda essa questão em sua crônica:

Novidade, se há na cena, é a primazia das moças do tempo no imaginário romântico dos maridos de sofá. Repare [...] que não se utiliza o termo erótico e sim romântico. Por que elas superaram faustetes, hucketes, funkeiras, atrizes? O que elas têm que suas colegas jornalistas não têm? O que elas prometem que não prometem, ao vivo de Brasília, Poliana Abritta e seus olhos tristes?

As respostas a estas indagações parecem estar mesmo nos relatos dos entrevistados, que se envolvem com a simpatia e a elegância dessas apresentadoras, o que as tornam sobretudo agradáveis e “mulheres de respeito”. Como já mencionado nesta dissertação, as emissoras de televisão baseiam suas veiculações em aspectos que agradam ao senso comum, à média, e não a preferências isoladas. Por isso, as moças do tempo reúnem as características da mulher adequada para sentar-se no sofá de qualquer família brasileira.

Tal consideração remete a uma observação interessante. Essa áurea de “moça de família” da apresentadora da meteorologia está de acordo com o que o espectador do JN encontra na bancada, à frente da apresentação do jornal: os jornalistas Willian Bonner e Fátima Bernardes, que são casados e popularmente chamados de “casal nacional”. Coincidência ou não, o casal e a moça do tempo agradam à moral das famílias no Brasil, que afinal, são elas que os assistem.

Portanto, as entrevistas mostram que a afetividade trazida ao público com a jornalista do tempo se distancia do desejo sexual puro e simples, na mesma proporção em que se aproxima dos devaneios em torno de sua beleza, elegância, maneira de se portar e se expressar, com sua presença agradável na televisão.

Por isso, a vontade de ver as moças do tempo não se restringe aos homens. As mulheres também as prestigiam, se distraem e as apreciam com alegria, porque elas são ingrediente essencial para a imaginação, o prazer e o entretenimento do telespectador no quadro da meteorologia do Jornal Nacional.

4 A VISÃO DO PÚBLICO RURAL

Destinado às entrevistas rurais, este capítulo é separado em duas partes, nos moldes do anterior, sendo a primeira delas composta pela descrição das entrevistas com o grupo de 20 participantes da cidade de Barbacena e distrito de Barro Branco, pertencentes à Zona da Mata de Minas Gerais, formado por agricultores, pecuaristas e empresários do campo. Esta etapa traz as principais representações e observações dos entrevistados, que são analisadas, em seguida, relacionando-as ao capítulo III, de entrevistas urbanas; ao conteúdo teórico deste trabalho, cuja elaboração precede a aplicação do questionário; e também a novas ideias.

A presença ou não de uma mescla entre informação e entretenimento no espaço da previsão do tempo do Jornal Nacional e do Rural Notícias é a questão central de discussão, agora sob a perspectiva do telespectador do campo. Assim como entre os moradores urbanos ouvidos, o JN tem maior audiência também entre o público rural, embora não seja telejornal segmentado como o RN. Contribuem para este dado fatores como a exibição deste último noticiário em canal fechado (Canal Rural) e décadas de tradição do Jornal Nacional como o mais assistido do país.

Em virtude disso, o jornal da Rede Globo está igualmente em evidência neste capítulo. Por outro lado, o Rural Notícias é mais analisado neste do que no anterior, em função da sua superior audiência comparada às áreas urbanas. São avaliadas aqui não somente a postura dos entrevistados diante da veiculação meteorológica dos objetos deste estudo, como também a relação que estabelecem com a natureza em suas vidas.

Os principais temas abordados na análise das respostas do homem da cidade são, da mesma forma, evidenciados a partir das entrevistas rurais, possibilitando comparações entre o telespectador de ambos os meios. Encontra-se a seguir uma descrição quase quantitativa e qualitativa das posições dos entrevistados.

4.1 Descrição das entrevistas

Pergunta 1: Com que frequência você se informa sobre a previsão do tempo?

Dos 20 entrevistados, 16 se informam sobre a meteorologia todos os dias (10) ou quase todos os dias (6). Duas pessoas procuram saber de duas a três vezes por semana, uma busca a previsão às vezes e outra nunca se informa.

Pergunta 2: Você assiste pela televisão, lê nos jornais, na internet ou escuta no rádio informações sobre o tempo?

A televisão é utilizada como fonte de informação meteorológica por 15 entrevistados, dos quais três se informam também pela internet. Ainda juntamente com a TV, uma pessoa utiliza o rádio e outra, as mensagens que chegam pelo celular. Dois participantes da pesquisa obtêm a informação somente pelo rádio, um, exclusivamente pela internet e outro, apenas por comentários de terceiros. Um entrevistado nunca procura informar-se sobre o tempo.

Pergunta 3: Você acha a informação sobre o tempo importante para sua vida?

Das 20 pessoas ouvidas, 18 consideram importante (13) ou muito importante (5). Dois entrevistados julgaram pouco importante a meteorologia para suas vidas.

Pergunta 4: A informação sobre o tempo acerta ou erra mais?

Para 15 participantes da pesquisa, a previsão do tempo acerta mais, enquanto cinco consideram que os erros predominam.

Pergunta 5: Você costuma comentar/conversar sobre o tempo no seu dia a dia? A abordagem do tempo é mais frequente do que sobre política, economia, esporte ou assuntos da cidade?

Conversam ou comentam sobre o tempo 17 pessoas, sendo 13 todos os dias ou com frequência e quatro, às vezes. Três nunca abordam o assunto.

Pergunta 6: Para que você utiliza as informações da previsão do tempo?

A meteorologia é utilizada para orientação no trabalho por 17 entrevistados, dos quais um também se informa para fins de lazer e deslocamento no campo. Em duas respostas, foi citada a necessidade de saber o tempo apenas para planejar viagens em geral e uma pessoa não utiliza a informação.

Pergunta 7: Você assiste ao Jornal Nacional? Como observa as informações do quadro do tempo em relação às demais informações do telejornal?

Dos 20 que responderam às perguntas, 17 assistem ao Jornal Nacional, sendo que nove, todos dias, e quatro, quase todos os dias. Três entrevistados afirmam assistir às vezes e um sempre que pode. Três pessoas não assistem ao JN.

Sobre a atenção dada à informação do tempo em relação às demais no jornal, 15 telespectadores ficam mais atentos ao quadro da meteorologia, enquanto dois voltam igual atenção a todas as notícias. Três participantes da pesquisa não comentam a respeito, porque não assistem ao telejornal.

Pergunta 8: Em grande parte, a função de apresentar o tempo fica a cargo de jornalistas mulheres no Telejornalismo brasileiro. Por que acha que isso acontece? Acha interessante que continue assim ou seria importante a entrada de mais homens apresentando o tempo?

Somam 18 os entrevistados que preferem mulheres a homens apresentando o tempo. Para um espectador, tanto faz o sexo do jornalista que apresenta a meteorologia, enquanto para outro, não é possível opinar, porque não possui televisão.

O principal motivo citado para a predominância das mulheres no quadro são as qualidades marcantes do sexo feminino, apontadas pelas 18 pessoas que preferem elas no cargo. As apresentadoras são consideradas, sobretudo, bonitas, além de agradáveis, elegantes, bem vestidas, desenvoltas, competentes, dedicadas, profissionais, refinadas, preparadas e com boa expressão verbal.

Desses 18 entrevistados, 14 mencionam também outros motivos que levam à preferência da mulher, distribuídos da seguinte forma: quatro consideram que a presença delas na apresentação do tempo gera uma quebra na seriedade do jornal, proporcionando relaxamento ao telespectador. Três pessoas citam a vontade do público em observar as roupas da jornalista, outras três destacam a crescente presença da mulher no mercado de trabalho e igualmente outros três entrevistados apontam o fato de que mesmo as mulheres preferem assistir a uma mulher à frente dos mapas. Ainda para tentar explicar o porquê de haver mais apresentadoras na função, um entrevistado sugere as convenções, como “homem apresenta futebol e mulher, o tempo”.

Pergunta 9: As jornalistas que apresentam o tempo se diferenciam dos demais colegas de profissão? Em que aspectos?

Quinze consideram que não há diferença entre as jornalistas do quadro meteorológico e os demais colegas, comentando que todos se caracterizam por profissionalismo e competência. Cinco entrevistados observam diferenças entre eles, dos quais dois apontam que as moças do tempo são mais bonitas e chamam mais atenção.

Dois deles ressaltam que a distinção está apenas na função que ocupam e também destacam suas competências, considerando que se trocaram os papéis, são capazes de desempenhar igualmente bem outros cargos. Por fim, um deles menciona o formato do quadro, citando que na meteorologia a apresentadora mostra-se de corpo inteiro, o que parece gerar nela maior preocupação na escolha das roupas.

Pergunta 10: Tem TV a cabo? Você assiste ao Rural Notícias do Canal Rural (TV fechada)? Como observa as informações do quadro do tempo em relação às demais informações do telejornal?

Oito pessoas respondem que assistem ao Rural Notícias, sendo que cinco, regularmente, uma, às vezes, e duas, raramente. Não assistem ao RN 12 entrevistados. Apenas os cinco telespectadores regulares do telejornal comentam o quadro do tempo. Três deles mencionam a importância da previsão detalhada e em longo prazo, tal como é transmitida no Rural Notícias.

Uma pessoa afirma voltar mesma atenção à notícia do tempo e às outras, já que considera todo o telejornal de importância para quem vive em área rural. Para completar o grupo dos cinco que opinam sobre o espaço meteorológico do noticiário do campo, outro entrevistado comenta que prefere o quadro do Jornal Nacional, porque as moças do tempo são mais bonitas do que as do RN.

4.2 O tempo no campo: mais trabalho, menos conversa

As entrevistas com o grupo de 20 moradores das áreas rurais de Barbacena e distrito adjacente de Barro Branco, em Minas Gerais, possibilitam perceber suas relações de proximidade com a natureza, que interferem diretamente no modo com que se relacionam com a informação do tempo em suas vidas.

Saber a previsão de chuva, sol, ventos fortes ou seca, no caso desta população, é de utilidade fundamental para suas rotinas no campo, que envolvem suas produções, seus sustentos e subsistências. Assim, 17 dos 20 participantes da pesquisa afirmam utilizar os dados meteorológicos para orientação no trabalho.

Em alguns casos, são empregados, em outros, empregadores. Não importa a posição que ocupam, a meteorologia está presente no dia a dia dessas pessoas de maneira singular, permitindo-as planejar a semeadura, a colheita, minimizar prejuízos e potencializar lucros na

roça, na horta, no sítio, na lavoura ou na fazenda, uma diversidade de termos que empregam para definir seus locais de trabalho.

A necessidade de planejar seus cotidianos rurais é amplamente mencionada nas respostas ao questionário, normalmente vinculando o clima ao tipo de plantação, criação de animais ou a providências de ordem prática. Dezoito entrevistados consideram a informação meteorológica importante ou muito importante em suas vidas.

“Preciso saber sobre o tempo sempre, porque aveia só dá pra plantar no frio. Também é bom me informar para definir o acesso à fazenda, o tipo do trator, porque com o solo molhado de chuva, a tração do carro tem que ser maior”, diz Cleve, agricultor.

Lugo afirma que utiliza muito a previsão para o cultivo de batata e couve-flor. “Não podemos plantar os legumes com muito calor, dá fungo e prejudica a colheita. Batata é que resiste, pode plantar e chover”, explica. Carob comenta sobre sua plantação de jiló, que se adapta bem ao frio, enquanto Rojo, plantador de abobrinha, informa que a leguminosa não é semeada com sol.

O entrevistado Setan produz morangos numa fazenda em Ressaquinha, a 45 km de Barbacena, para vender na Ceasa (Centrais de Abastecimento). “Preciso saber a previsão do tempo para me prevenir para a colheita. Se soubermos que à tarde vai chover, adiantamos a colheita de manhã e embalamos no horário da chuva”, afirma. Segundo Mavo, que cultiva inhame e batata para também comercializar na Ceasa, a informação meteorológica ajuda muito a fim de que se plante certo, pois, em época de calor, pode haver chuva perigosa.

Assim como os agricultores, pecuaristas também se mostram atentos à meteorologia. O criador de gado, Celto, aponta que quando o tempo esfria muito, a produção de leite é reduzida em 5%. Neste tipo de criação, o solo úmido é importante, como explica Ronan, que igualmente lida com gado.

“Utilizo a notícia do tempo para preparar a plantação de milho e fazer a silagem, que é quando transformamos o milho em alimento para o gado, triturando-o. As vacas precisam de chuva para pastar e para brotar os pastos também. Tudo depende do clima”, considera Ronan.

Orlo atua numa fazenda em Barbacena e conta que quando chove, precisa deslocar os animais. Já o apicultor Bene comenta que o tempo interfere diretamente no seu trabalho nas colméias. Se a previsão sinaliza para chuva à tarde, ele adianta o serviço pela manhã.

Conforme mostram os comentários dos entrevistados, é grande a utilidade que tem a previsão do tempo para o homem do campo. Porém, não são todas as 20 pessoas ouvidas que buscam a informação com frequência, ao contrário do que se poderia esperar. Soma 16 o número de entrevistados que se informam sobre a meteorologia sempre ou quase sempre.

Embora seja elevada a quantidade de participantes que procuram saber regularmente, a não unanimidade na pesquisa, no que se refere à busca das previsões climáticas, é explicada em parte pela marcante intimidade que a população rural tem com a natureza.

O agricultor Ispo, por exemplo, afirma que a informação do tempo não o atrai porque ele sabe a configuração do clima em cada época do ano. Há aqueles que, apesar de se dizerem detentores desse conhecimento, buscam informar-se em nome de um melhor planejamento. “Gosto de saber a meteorologia para me planejar direito na roça, embora já saiba a época que chove, pois a gente tem os meses certos para plantar”, aponta a agricultora e pecuarista, Niva.

As alterações climáticas dos últimos tempos preocupam agricultores e geram insegurança quanto a suas próprias previsões, o que também os fazem recorrer a fontes oficiais, como a irmã de Niva, Apeva. “Temos a época certa de semear, que é setembro e outubro, meses sem chuva, não foge à regra. Mas mesmo assim, é bom saber a previsão, porque o tempo anda maluco e não podemos arriscar perder o controle”, pondera.

Além da facilidade que o morador rural tem de se orientar pelo tempo, a abordagem da meteorologia em conversas no cotidiano também é fator que minimiza a busca pelas estimativas do clima, pois a informação é compartilhada antes que se tome conhecimento por meios de comunicação, bastando que apenas poucos na região saibam pelos veículos, para disseminar a notícia.

“Isso é muito comum aqui na roça. De vez em quando alguém passa e diz que viu na televisão como ficará o tempo”, diz a agricultora Apeva. No mesmo sentido, aponta Niva. “Comento sobre o tempo e os outros também me informam. Às vezes, não busco a informação, mas ela chega até mim, alguém conta que ouviu no rádio que vai chover, essas coisas”, afirma.

O conteúdo das conversas sobre o tempo, no dia a dia do campo, tem reflexos da relação direta da meteorologia com o trabalho para esta população. Entre as 13 pessoas que respondem conversar ou comentar sobre o assunto diariamente ou com frequência, é marcante o vínculo dessa abordagem com a produção.

O entrevistado Mavo observa que os comentários intensificam-se quando tem geada, o que faz crescer a expectativa quanto aos resultados no solo. Niva diz que comenta frequentemente sobre o clima para a semeadura e sobre Economia para estar atenta à inflação, já que quase tudo o que planta, vende na feira.

A mesma atenção com o desempenho agrícola é compartilhada por Ronan no dia a dia, abordando a meteorologia com funcionários e familiares, sobretudo quando se precisa de

chuva. Reno, sindicalista, conta que conversa muito sobre o tempo no Sindicato e que o tema é sempre ligado ao trabalho, mesmo quando abordado com a família.

Falar a respeito do clima para Mano também segue a linha de preocupação com as obrigações na lavoura. “A gente sempre conversa. Um colega de determinada região às vezes fala que não deu certo a colheita porque choveu”, aponta o agricultor.

Para Jober, a abordagem meteorológica é comum no horário de verão, caracterizado por dias quentes e exaustivos. “É período bem complicado para a gente do campo, pois trabalhamos mais, o dia demora a acabar, acordamos cedo, mas não dormimos cedo como no horário normal. Ficamos muito cansados”, relata.

Como já mencionado, a pesquisa no meio rural mostra que 13 dos 20 entrevistados conversam ou comentam sobre o tempo todos os dias ou com frequência. Em contrapartida, as entrevistas urbanas no capítulo anterior apontam que todos os 20 que responderam ao questionário abordam o assunto no cotidiano.

Um diagnóstico pode ser feito para tentar explicar a razão pela qual sete moradores rurais abordam às vezes ou sequer falam sobre meteorologia em suas rotinas, número que pode ser considerado significativo num total de 20 entrevistados do campo. Meio no qual seria coerente esperar que fosse maior a quantidade de pessoas que comentam o tempo regularmente, dada a forte ligação que têm com a natureza.

Conforme visto na análise das respostas urbanas, o homem da cidade utiliza a previsão do tempo basicamente para a funcionalidade de suas rotinas (levar guarda-chuva, separar o casaco, etc) e definições sobre o lazer (sol para ir à praia, viajar, etc). A meteorologia para este em geral não está vinculada ao trabalho como para agricultores e pecuaristas, que expõem nesta pesquisa sólidas ligações com o clima, por interferência direta em suas produções, seus sustentos, lucros ou prejuízos.

Os entrevistados urbanos apontam que abordam a meteorologia diariamente, principalmente para passar o tempo, “puxar” assunto, decidir o transporte a utilizar no dia seguinte, organizar viagens, programar o que fará no fim de semana ou simplesmente por curiosidade em saber.

Desta forma, as conversas ou apenas comentários sobre o tempo têm sentidos opostos para cada população. Em áreas urbanas, falar das previsões meteorológicas tem papel distante do trabalho e próximo do entretenimento e da sociabilidade, ao passo que em zonas rurais, a abordagem é marcada pelo senso de obrigação, compromisso e responsabilidade.

Embutido na prática da conversa, para moradores da cidade, está um momento de distração, relaxamento e passatempo, espontaneamente ligado à obtenção de prazer na troca

de ideias, relacionada ao descompromisso do “jogar conversa fora”, com tema leve e de fácil abordagem. Já uma conversa de trabalho geralmente não traz estes componentes.

Talvez esteja nestas reflexões o motivo para o fato de todos os entrevistados urbanos conversarem sobre o tempo de forma regular, enquanto quase a metade dos participantes rurais da pesquisa comenta às vezes ou nem aborda a meteorologia em conversas do dia a dia. O tempo como tema de conversa, para estes, dificilmente apresenta a descontração como ingrediente motivador, e o prazer, caso exista, se mostra menos acentuado. De fato, ainda que se goste do que se faz, em geral é mais prazeroso falar de assuntos não relacionados a trabalho, do que daqueles que o envolvem.

4.3 Em busca da informação ideal: Jornal Nacional x Rural Notícias

Após analisar a relação do homem rural com a meteorologia, iniciam-se agora observações e reflexões acerca da postura deste cidadão diante das veiculações da previsão do tempo no Telejornalismo, especialmente no Jornal Nacional (Rede Globo – canal aberto) e no Rural Notícias (Canal Rural – canal fechado).

Pelas entrevistas é possível observar que, assim como no meio urbano, a televisão é a principal fonte da informação meteorológica no campo, já que 15 pessoas a acessam pelo veículo. Vale destacar que três entrevistados não possuem TV em casa, mas, apesar disso, dois deles opinam sobre o JN, por já terem assistido, o que remete à liderança de audiência do telejornal.

Igualmente seguindo os índices do morador da cidade e a tradição do Jornal Nacional, este noticiário é mais acessado também pelos participantes rurais que respondem ao questionário. São 17 que o assistem, sendo 13, regularmente. A necessidade de saber sobre o tempo para decisões no nível do trabalho se reflete no balanço das entrevistas, pois 15 dos 17 telespectadores do JN afirmam voltar maior atenção ao quadro meteorológico em comparação com as demais notícias do telejornal, que é veiculado de segunda a sábado, das 20h30 às 21h15.

O pecuarista e empresário rural, Jome, é um deles. “Assisto ao Jornal Nacional. A previsão do tempo chama mais atenção pra mim, porque preciso olhar para o televisor para entender o que se fala, observando os mapas e tal. Já as outras notícias não dependem disso, posso estar no computador, só ouvindo, que já capto tudo”, aponta.

Os agricultores Jober, Lugo e Mano comentam que dão maior importância ao quadro, porque tem mais a ver com seus cotidianos. Para Setan, as matérias fora da meteorologia

funcionam como captadoras de audiência e somente a informação do tempo é o que realmente lhe interessa.

Muita atenção à previsão é dispensada ainda por Mavo, que pede silêncio em casa na hora dos dados meteorológicos. O entrevistado Antaes também comenta seu comportamento. “Presto mais atenção ao tempo, embora não utilize diretamente para a minha produção. Tenho muita curiosidade em saber”, observa. O agricultor é uma exceção entre os entrevistados rurais e a curiosidade, como principal elemento motivador da busca pela meteorologia, se aproxima do perfil do morador da cidade.

Embora também seja um telejornal nacional, mas voltado para público segmentado, o Rural Notícias figura tímido nos números da pesquisa, ainda que os entrevistados sejam agricultores e pecuaristas. Contudo, é superior a quantidade de espectadores do RN no meio rural, em comparação com zonas urbanas: são oito contra três, respectivamente. Seis pessoas do público do campo não possuem canais fechados em casa, o que contribui para que a audiência do Rural Notícias não seja maior entre ele.

Apesar de o RN e o Jornal Nacional não serem comparáveis entre si, em termos de público-alvo, vale atribuir também a disparidade de audiência entre ambos ao tempo de permanência no ar, já que são 15 anos de existência do noticiário rural contra 42 do telejornal mais assistido do Brasil.

Devido à dependência do clima para o sucesso da produção e organização da vida campestre, é grande a importância de uma previsão do tempo detalhada, bem explicada e mais localizada possível para o público rural. Walno, que planta legumes em seu sítio na cidade de Pombal (MG) e vende na Ceasa de Barbacena (MG), destaca que o espaço da meteorologia do Jornal Nacional não o satisfaz plenamente.

“Ontem, por exemplo, choveu em Pombal, mas não aqui em Barbacena. Soube a previsão pelo JN, que a transmite de forma abrangente. Entendi pelos mapas que choveria em toda a região, talvez por isso tenha dado tão errado. Se tivesse visto uma previsão específica, poderia ter apontado que ia chover mesmo só em Pombal”, ressalta o agricultor.

A observação de Walno representa um dos motivos pelos quais cinco entrevistados consideram que as previsões da meteorologia em geral erram mais do que acertam. Foi destacado na análise das entrevistas urbanas, que o morador da cidade também percebe que a informação abrangente do Jornal Nacional prejudica a acurácia das estimativas noticiadas.

No entanto, para este público, erros nos dados meteorológicos não causam transtornos e prejuízos financeiros no grau em que pode ser vivenciado pelo homem rural. Por isso, os participantes urbanos da pesquisa quase não mencionam buscar fontes detalhadas e, quando o

fazem, é para satisfazer curiosidade ou se programar melhor no lazer e no cotidiano, sendo que dificilmente este planejamento se refere a trabalho.

O pecuarista Cleve aponta que assiste ao JN, mas também não encontra informações específicas de como ficará o tempo na sua localidade. Desta forma, busca auxílio na internet, assim como quatro entrevistados, que usam a rede para conseguir dados completos da meteorologia.

“Olho o tempo pela internet, nos sites climatempo e tempoagora. Pela TV, me informo menos, prefiro a internet porque fala a previsão precisa da minha região, enquanto na TV é abrangente. Nos sites, também fico sabendo a meteorologia para daqui a 15 dias, ao passo que no JN, só é dada a estimativa do dia seguinte. Preciso me planejar”, comenta.

Percebe-se, então, que esta procura por uma informação diferenciada se deve não somente à necessidade de saber a previsão específica da região, como também à importância de se ter conhecimento de como ficará o tempo por um período prolongado, para que se organize a produção.

Essas duas características buscadas na internet também é encontrada pelo público rural na previsão meteorológica do Rural Notícias (RN), conforme visto no capítulo I. O RN é um jornal voltado especialmente ao empresariado rural, a agricultores e pecuaristas, e é exibido de segunda a sexta-feira, das 19h às 20h, no Canal Rural (35 na Net e 105 na Sky).

Cleve afirma que busca saber sobre o tempo pela internet, porque não possui TV a cabo para assistir ao Rural Notícias. Noticiário este que é priorizado pelo produtor de legumes, Ispo, quando o assunto é meteorologia. “Assisto ao RN, as informações são detalhadas e presto mais atenção à previsão deste jornal do que à do JN”, afirma.

O agricultor Ronan também prefere o telejornal do campo. “É bom saber a previsão para longo prazo como no Rural Notícias, já que faço quatro plantações em períodos diferentes e preciso saber se a terra estará seca como o necessário”, comenta.

Fora do RN, o Canal Rural tem uma particularidade que atende às necessidades das atividades de agricultura e pecuária. A cada 30 minutos ao longo da programação, é transmitida a previsão do tempo de todo o país, num alcance de uma quinzena, no quadro chamado “Brasil 15 dias”.

Com tamanha preocupação deste canal fechado em servir amplamente seu público de informações meteorológicas, outros entrevistados comentam os motivos que os levam a procurar na emissora, especialmente no Rural Notícias, especificidades do tema também buscadas na internet, conforme abordado anteriormente, e não encontradas no Jornal Nacional.

Jome conta que tem época que fica com um olho no céu e outro na terra e aponta a importância de saber a previsão estendida para sua produção e criação de animais. “Planejo a época de plantio para fazer silagem do milho, que depende de trator e mão de obra. Quanto mais para longo prazo eu ficar sabendo a previsão, melhor. Para colher o milho, leva-se quatro meses. Se hoje sei que daqui a quatro meses vai chover, não planto, seria burrice, porque colher com chuva não pode, tem que colher com sol”, explica.

A necessidade de planejamento também é destacada pelo sindicalista Reno. “No Canal Rural tem uma parte da meteorologia que mostra a previsão dos próximos quinze dias, isso é bom demais para a gente de área rural, que precisa programar a produção”, considera.

A mesma segurança com a previsão da emissora e de seu telejornal diário (RN) é compartilhada por Rojo, que produz abobrinha para vender na Ceasa. “Assisto ao Rural Notícias e, quando estou em casa, vejo a previsão do tempo que passa de meia em meia hora no Canal Rural, porque preciso muito saber para a plantação”, diz. Segundo ele, todas as informações do RN são importantes, ou seja, aquelas relacionadas à meteorologia e as outras também, pois envolvem assuntos que dizem respeito ao agricultor.

4.4 Distensão pela meteorologia do Jornal Nacional

Definido em sua página na internet como o agronegócio em pauta, o Rural Notícias leva ao telespectador matérias ligadas principalmente à Economia no campo, no Brasil e no mundo. Em meio a este contexto de temas rurais, o telejornal procura relacionar a meteorologia ao assunto exibido imediatamente antes e/ou após o espaço da previsão, o que articula com facilidade face à evidente ligação do clima com dados e acontecimentos próprios de regiões não urbanas.

Este detalhe proporciona ao RN uma homogeneidade de notícias, que estabelece oposição ao Jornal Nacional, no qual entrevistados da cidade destacam perceber descontinuidade e falta de conexão entre a informação meteorológica e as matérias veiculadas. O quadro no JN é gravado e exibido a parte, por volta da metade do noticiário, com escassa ou sem qualquer interação com os outros temas abordados, nem tão pouco da apresentadora do tempo com os colegas que ficam na bancada. No jornal do canal fechado é diferente, já que esta jornalista interage ao vivo com os demais, interligando os assuntos.

Segundo mostrado no capítulo I, na composição do Rural Notícias, a meteorologia é apresentada em dois momentos. Geralmente no primeiro deles, é informada a previsão da

região abordada na notícia anterior ou uma estimativa de como ficará o clima por cerca de sete dias nas localidades mencionadas em matérias da edição.

A segunda parte da apresentação fica por conta da previsão do dia seguinte em todo o Brasil. É importante ressaltar que esse dado meteorológico (do dia seguinte) dificilmente é transmitido na primeira parte da veiculação do tempo no RN. A ordem de apresentação das notícias climáticas neste telejornal segue a lógica do Telejornalismo, em que primeiramente são dadas as informações mais importantes.

Para o público rural, tem mais valor saber como ficará o tempo para longo prazo do que tomar conhecimento apenas da meteorologia do dia que se segue. Conforme já mencionado nas colocações dos entrevistados, a previsão estendida é essencial ao bom planejamento no campo e ao sucesso dos negócios do empresariado rural.

O encadeamento das matérias do Rural Notícias também marca característica oposta deste noticiário com o Jornal Nacional, no qual o imediatismo tem maior relevância, já que a previsão do dia seguinte predomina no quadro, cedendo espaço eventualmente a uma estimativa meteorológica de no máximo três dias. O planejamento do cotidiano ou de curto prazo predomina entre a população urbana, ao contrário do morador do campo, para o qual lançar um olhar bem adiante tem relativamente mais importância do que sobre um futuro próximo.

Tais reflexões, já esboçadas no capítulo I, remetem a outra observação de contrastes entre JN e RN. Este último transcorre em ritmo lento e tranquilo, em conformidade com o sossego do campo, a longevidade dos planos e a cautela em executar as ações no tempo da natureza. Na contramão dessa linearidade está o Jornal Nacional, marcado pelo vida acelerada das metrópoles, por vezes, frenética, com notícias variadas, capazes de fazer o público oscilar, num só bloco, sensações de tristeza, alegria, surpresa, euforia, tensão e desespero.

Por este pensamento, é possível observar que dificilmente se aplica ao Rural Notícias a divergência de sentimentos de excitação e relaxamento experimentados no Jornal Nacional, como abordada no capítulo anterior, em paralelo com as ideias de Elias e Dunning (1985). Segundo os autores, para que o prazer seja sentido em toda sua potencialidade, é necessário que esteja precedido de momento inquietante e tenso.

A presença no Jornal Nacional de matérias consideradas tristes e angustiantes, pelos participantes urbanos e rurais da pesquisa, proporciona ao telespectador do JN importante ingrediente para que a ausência da excitação seja vivenciada plenamente. A variedade de notícias opera a tensão, seguida do relaxamento com o quadro da meteorologia, com informação de teor mais leve, em oposição às demais, que incomodam e tiram o sossego.

No Rural Notícias, a satisfação pela distensão, tal como experimentada no Jornal Nacional, não se mostra possível em função da linearidade do noticiário. A informação meteorológica e as outras matérias despertam igual sentimento no espectador rural, de senso de dever e responsabilidade com a produção e o trabalho no campo.

Por isso, parece ser difícil para o público rural assistir ao espaço do tempo no RN como um momento prazeroso, o que é observado nas entrevistas, em que a abordagem do prazer mostra-se reduzida nas respostas relacionadas à percepção do quadro do tempo do Canal Rural. Já entre os entrevistados urbanos, não foi possível identificar suas posturas diante do mesmo no capítulo III, pela pouca audiência do noticiário.

Ainda que o homem rural possa sentir uma “pitada” de entretenimento em relação ao espaço meteorológico do Rural Notícias, essa sensação agradável não seria intensificada como no outro telejornal, justamente porque o quadro está em meio a notícias de apelos parecidos, inexistindo, assim, tensão e distensão.

A respeito do Jornal Nacional, a distração com a informação do tempo é encontrada por entrevistados rurais, ainda que esta os remeta ao dever. A atmosfera do telejornal, com assuntos não ligados diretamente ao trabalho para eles, favorece essa experiência de prazer. As entrevistas mostram que também a população não urbana vivencia a excitação e o descanso por meio da meteorologia do JN, pelo mesmo processo observado no questionário aplicado ao homem da cidade, de relaxamento no quadro em meio a matérias que geram desconforto.

“O quadro do tempo pode ser considerado momento de relaxamento perto das outras notícias. Se o JN cortar a previsão, vai ficar faltando alguma coisa, vai perder a graça para mim”, considera o agricultor Mavo. Para Carob, a informação meteorológica é normalmente agradável, além de fazer parte do dia a dia no campo, como destaca outro entrevistado, Jober.

“Não gosto muito das outras notícias, porque tem muita coisa triste. O tempo, de um modo geral, é alegre porque a gente fica sabendo como será o dia seguinte e faz parte da nossa rotina”, comenta. Vale destacar que o momento da meteorologia no Jornal Nacional assemelha-se à hora do intervalo também para o homem rural, assim como para entrevistados urbanos, que traçam essa comparação para classificar o descanso encontrado no quadro meteorológico.

É interessante observar também que o tema do tempo apresenta-se de duas formas à população do campo ouvida. Quando a meteorologia é abordada fora das veiculações midiáticas, como no âmbito da conversa, visto anteriormente, ela mostra-se atrelada unicamente ao trabalho, já que nenhum dos que responderam ao questionário mencionam

falar sobre o tempo no cotidiano relacionando-o a entretenimento, como vinculam moradores da cidade.

Porém, a partir do momento em que a temática da meteorologia é abordada sob a perspectiva dos meios de comunicação, especialmente a TV, entrevistados rurais adquirem outra postura, que comporta descontração e leveza, verificada nas respostas a partir das perguntas de número 7 a 10, que indagam sobre o Jornal Nacional e o Rural Notícias.

É possível ratificar, portanto, que, quando se trata da informação meteorológica em si, como observado até aqui neste capítulo, assistir à meteorologia proporciona prazer também ao público do campo, quando se trata do Jornal Nacional, ao passo que em relação ao Rural Notícias, o componente satisfatório não é mencionado.

A explicação para a constatação parece estar, sobretudo, no paralelo com o pensamento de Elias e Dunning (1985). A tensão e distensão sentidas no JN não fazem parte das sensações provocadas pelo noticiário do Canal Rural, tornando de certa forma inexistente a capacidade do público do campo entreter-se, por meio do seu quadro do tempo, inserido em jornal linear e amplamente voltado aos negócios.

Contudo, detalhes que vão além dos dados climáticos transmitidos, como a apreciação às moças do tempo, questão amplamente analisada no capítulo anterior, sob a perspectiva dos receptores urbanos, influenciam de modo diferente o espectador rural no Jornal Nacional e no Rural Notícias, conforme a abordagem no subtítulo seguinte.

4.5 O prazer da informação com as moças do tempo

O posicionamento do público do campo em relação às apresentadoras do tempo é baseado principalmente na percepção delas no contexto do Jornal Nacional, devido a este telejornal ser mais assistido. Os comentários acerca de tais jornalistas no Rural Notícias também aparecem nas entrevistas, mas são escassos.

Para avaliar os fatores que levam o público a se distrair e relaxar com a apresentação meteorológica do Jornal Nacional, foi levado em conta até agora o tipo de informação que representa, capaz de proporcionar prazer pela leveza e objetividade, quando comparada às outras matérias no contexto do noticiário do canal aberto.

Além disso, como já visto, a previsão do tempo do JN não é considerada satisfatória por agricultores, por sua superficialidade, própria de um telejornal não segmentado. Essa falta de detalhes que sirvam o homem rural de informações completas também faz sobressair para

ele o relaxamento com o quadro meteorológico, por seu reduzido conteúdo inerente ao trabalho.

Mas não só esses aspectos têm a capacidade de distrair e descansar o telespectador nesse espaço do telejornal. As jornalistas que o apresentam também são componentes importantes nesse processo para entrevistados rurais, assim como consideram os urbanos. Entre as opiniões acerca da preferência pela mulher à frente dos mapas, a presença feminina foi destacada como fator relevante para o encontro com o entretenimento na meteorologia do Jornal Nacional.

“Gosto como está, uma mulher naquele espaço desvia um pouco nossa cabeça das matérias pesadas do jornal”, considera o agricultor Antaes. Para Cleve, pecuarista, a apresentadora do tempo favorece uma quebra na seriedade do conjunto de informações, opinião compartilhada por Jober e Carob. “Mulheres chamam mais os olhares, são bonitas, quando entra o quadro do tempo, a gente se distrai olhando a beleza delas no meio de tanta notícia triste”, comenta José Bina.

Carob menciona outras virtudes de tais jornalistas. “Considero o quadro um descanso [...], porque elas são bonitas, elegantes, agradáveis e competentes”, aponta. As qualidades citadas pelo agricultor são algumas das mencionadas também por outros telespectadores rurais, responsáveis pela principal razão que leva 18 dos 20 entrevistados a preferirem as mulheres na função.

Segundo os pecuaristas Jome e Ronan, elas se destacam mais pelo visual. De fato, a beleza das moças do tempo é amplamente mencionada por participantes da pesquisa, normalmente atrelada a outras características, como a competência que as leva a crescer no mercado de trabalho.

“As mulheres estão tomando frente em tudo. São bonitas e chamam atenção, por isso também fico mais atento à previsão do que às outras notícias”, diz Walno. Celto as considera mais preparadas. “Deve ter mais mulheres na função, porque talvez elas estudaram mais. Está tudo bem assim, a gente presta mais atenção nelas do que se fossem ‘marmanjos’”, aponta.

A admiração do público masculino às qualidades físicas das apresentadoras pode levar a desentendimentos em casa, como é o caso de Lugo. O produtor de legumes diverte a entrevista ao relatar que, devido ao ciúme da esposa, não pode elogiar as jornalistas da meteorologia e, por isso, as admira em silêncio, só no pensamento.

Seu irmão, Mavo, é menos reservado. “Beleza é importante, mesmo sendo competente, sei que se colocassem uma mulher feia no quadro, iam reclamar. Eu brinco com

minha mãe que se a moça do tempo não fosse casada, eu ia querer casar com ela. É bonita, ‘gostosa’, mas de respeito”, comenta o agricultor, sem meias palavras.

Assim como acontece com o espectador urbano, a fala de Mavo remete à observação de que a atenção do público masculino, voltada para a apresentadora, se distancia da conotação sexual apenas, à medida em que se aproxima do encantamento com sua beleza, somada à sua elegância, discrição e delicadeza.

A colocação do agricultor é bem ilustrativa, já que elogia os corpos das moças, ao mesmo tempo em que recua, classificando-as como mulheres “de respeito”. O que mostra que a erotização em relação a elas existe, mas acrescida de admirações desvinculadas do culto ao corpo, que acaba por minimizá-la.

Ao brincar que gostaria de se casar com tais jornalistas, o entrevistado Mavo leva à ideia ainda de que elas reúnem características junto ao telespectador, que as fazem adequadas à aprovação das famílias brasileiras, observação levantada no capítulo I e comprovada também pelos comentários da população da cidade.

A utilização da beleza por parte de emissoras de televisão, como requisito para ocupar o cargo, não faz parte das discussões deste capítulo, que se detém ao comportamento do receptor. Mas ainda que Rede Globo e Canal Rural utilizem a satisfação de atributos físicos, como uma das condições para selecionar apresentadoras do tempo, a intenção dos produtores do quadro em captar audiência com esse detalhe estaria no caminho certo.

Entretanto, percebe-se, que não se concretiza nas entrevistas rurais, assim como nas urbanas, a banalização do aspecto corporal na recepção do público, conforme sugerido pelas respostas de alguns moradores da cidade, por meio de suas especulações do que se processaria na mente do espectador e não como sentimentos próprios.

Parece que esse pensamento clichê de exploração do corpo, gerado, por exemplo, pela publicidade e propaganda e indústria do entretenimento, não rende frutos no Jornal Nacional e no Rural Notícias. As mulheres bonitas em questão estão em espaço tradicionalmente marcado por seriedade e credibilidade, que é o Telejornalismo. E os efeitos disso são percebidos com clareza nas respostas.

Qualidades das moças do tempo não ligadas ao físico são fortemente mencionadas por entrevistados, independente do meio em que vivem. Elas são consideradas bem vestidas, dedicadas, profissionais, refinadas, elegantes, agradáveis, desenvoltas e de boa expressão verbal, na mesma medida em que são classificadas como belas.

A observação às roupas das apresentadoras é citada por telespectadores como fator de distração na hora da meteorologia, o que leva inclusive o público feminino a ter preferência

pela presença delas em detrimento dos homens no quadro. De acordo com o produtor de morangos, Setan, a mulher chama mais atenção do que os homens, mesmo para as próprias mulheres.

Apeva se enquadra na percepção do agricultor. “Acredito que as mulheres são mais agradáveis, [...]. Gosto de observar as roupas, o jeito, elas são elegantes, mulheres em quem podemos nos espelhar”, comenta. Mano também pontua as vestimentas. “Não sou machista, acho que as mulheres estão bem no mercado de trabalho e ocupam bons cargos por mérito. Mas certamente elas são bonitas e as roupas que usam também, chamando atenção”, destaca o produtor de beterraba.

Para o sindicalista Reno, espectador do Rural Notícias, como a jornalista do tempo aparece de corpo inteiro no vídeo, é chamariz para homens e mulheres pelas roupas que usam. “Outro dia observei a roupa de uma que não a favorecia, pois a deixava gorda, e comentei com minha esposa. Não chego ao ponto de não prestar atenção à notícia porque só olho para elas, isso não. Mas elas são um ingrediente a mais, além da meteorologia em si, que é uma informação importante e nos faz estar atentos também”, afirma.

A resposta do sindicalista mostra que apesar de remeter ao trabalho, informar-se sobre a meteorologia no RN também pode ser algo prazeroso. Ter a atenção atraída pela elegância, beleza e roupas das moças faz parte de um conjunto de sensações agradáveis ao assistir ao quadro, mesmo no telejornal do campo.

Pela necessidade de um bom entendimento dos mapas e tabelas que ilustram este espaço, entrevistados valorizam ainda a desenvoltura e a facilidade de expressão verbal das apresentadoras. Essas características também são ressaltadas nas entrevistas urbanas, porém por motivo diferente. A importância de uma boa explicação dos dados meteorológicos, para o morador da cidade, se deve à sua falta de afinidade com o tema, o que dificulta a compreensão.

Em paralelo com o capítulo II desta dissertação, sobre a presença de traços da Educação nos quadros do tempo em geral, entrevistados identificam-nos pela figura da professora em comparação com a jornalista. “Acho melhor a mulher apresentando do que o homem, elas são competentes, explicam melhor e são bonitas. Parece uma professora e curioso é que a gente tem mais professoras do que professores na escola, assim como tem mais apresentadoras”, observa Mavo.

Jobber reforça a preferência por elas na função. “Quando a mulher explica, a gente presta mais atenção. Numa palestra, por exemplo, acontece isso”, considera ele. Embora não

possua televisão em casa, a agricultora Niva afirma com segurança que as moças do tempo são mais desenvoltas para apontar os mapas, não são travadas como os homens.

Lugo percebe que a mulher divulga melhor, por isso domina o quadro. “A Fátima (Bernardes) fala melhor do que o Willian (Bonner), por exemplo. Beleza é bom, mas o importante é saber falar e elas são competentes nisso”, diz. O pecuarista Orlo afirma que assiste com mais atenção as informações meteorológicas por ser importante saber e porque gosta do modo como elas apresentam.

Segundo o produtor de grãos, Matur, tanto faz o sexo de quem apresenta o tempo. No entanto, comenta que as titulares do JN se expressam bem e explicam com paciência os fenômenos do clima, como a Rosana Jatobá. Os agricultores Ispo e Rojo também destacam o que a maioria dos entrevistados aponta: que as apresentadoras são belas mulheres e ótimas na tarefa de transmitir a meteorologia, com a preocupação em facilitar o entendimento do público.

Assim como identificado nas respostas urbanas, há aqueles que reforçam estereótipos, como mulher apresenta o tempo e homem, futebol. Mas ainda estes não deixam de elogiá-las, como o criador de gado Jome, quando perguntado sobre a diferença entre a jornalista do tempo e seus companheiros de telejornal.

“Tem funções que só combinam com mulheres e acho que cada uma foi preparada para seu papel, mas se trocar, vão igualmente se preparar e desempenhar bem do mesmo modo. Todos são competentes”, afirma o pecuarista, que faz parte dos 15 entrevistados que consideram não haver distinção entre os integrantes do Jornal Nacional, mencionando seus profissionalismos.

Ainda sobre os pontos de diferença entre as apresentadoras da meteorologia e seus colegas de outras funções, citados por cinco participantes da pesquisa, o destaque é para a percepção de que a moça do tempo chama mais atenção por ser mais bonita, o que aproxima o telespectador do entretenimento, por apreciá-la ao assistir ao quadro.

Embora em menor escala do que no Jornal Nacional, as jornalistas do tempo do Canal Rural também são apontadas nas entrevistas do campo como elementos de distração, o que, por meio do espaço meteorológico, é um atenuante ao afastamento do prazer e do descanso, que caracteriza a totalidade do telejornal rural.

A diferença parece estar mesmo na intensidade com que se diverte o público diante de cada noticiário, pois enquanto no RN, o elemento de diversão no quadro se restringe às qualidades das moças do tempo, no JN, os motivos para se distrair estão na informação leve, no formato atraente da transmissão e na apreciação às moças do tempo.

Deste modo, com mais variáveis de entretenimento, o público urbano e rural do Jornal Nacional experimenta mais distração na meteorologia, do que o espectador do campo na previsão do Rural Notícias. Por este último jornal ser pouco assistido, não é possível tecer considerações acerca do relaxamento em seu espaço do tempo, para a população urbana.

Vale destacar que o formato do quadro com cenários virtuais, vibrantes e chamativos, ressaltados pelo homem da cidade, como componentes que favorecem o entretenimento, não são citados por nenhum dos entrevistados rurais, embora o RN também lance mão da tecnologia para compor suas tabelas e mapas computadorizados. Talvez a percepção deste detalhe não ocorra, porque o habitante do campo é menos inserido nesse contexto tecnológico.

Ao finalizar este capítulo, que encerra as análises dos receptores, na abordagem do Jornal Nacional e do Rural Notícias, com base na participação de 40 telespectadores, moradores da cidade e do campo, constata-se que a identificação de traços de entretenimento na recepção dos quadros da previsão do tempo, de ambos os jornais, está atrelada a três pilares básicos: a informação meteorológica, o formato dos quadros e as apresentadoras. A tabela a seguir, resumidamente, organiza essas ideias:

	Receptor urbano	Receptor rural
Jornal Nacional	Existe, pela informação leve, formato atraente e admiráveis apresentadoras	Existe, pela informação leve, formato atraente e admiráveis apresentadoras
Rural Notícias	Audiência escassa. Não foi possível verificar.	Existe, somente pelas admiráveis apresentadoras

Quadro 4: Entretenimento no quadro do tempo
Fonte: O autor.

5 A VISÃO DAS MOÇAS DO TEMPO

Este capítulo dedica-se a considerações por parte de produtores dos quadros da previsão do tempo em questão neste trabalho, pelas entrevistas realizadas com as jornalistas Flávia Freire e Lilian Lima, respectivas apresentadoras da meteorologia do Jornal Nacional e do Rural Notícias, que responderam às mesmas perguntas.

A conversa com Flávia Freire foi presencial, no dia 8 de fevereiro de 2011, na sucursal da Rede Globo na cidade de São Paulo, onde está sediada a Editoria de Meteorologia da emissora. Já Lilian Lima, que atua na sede do Canal Rural em Porto Alegre - RS, foi entrevistada em tempo real pela internet, com recursos de áudio e vídeo, no dia 15 de fevereiro de 2011.

Seus posicionamentos permitem relações com os temas originados e desenvolvidos pelas abordagens do público dos telejornais nos capítulos anteriores, para análise da mistura de informação e entretenimento nos espaços meteorológicos em estudo.

Em atuação na Rede Globo desde agosto de 1998, a jornalista Flávia Freire, há cerca de cinco anos na Editoria de Meteorologia, é uma das apresentadoras do tempo do Jornal Nacional e do SP TV 2ª edição. Na ocasião da entrevista para a dissertação, ela era titular na apresentação meteorológica do JN, como substituta de Rosana Jatobá, que retornou ao quadro em julho de 2011, após período de licença maternidade.

Flávia Freire já esteve à frente dos mapas do programa Globo Rural, exibido aos domingos, e dos telejornais diários Bom Dia São Paulo, Bom Dia Brasil, SP TV 1ª edição e Jornal Hoje. Além de atuar na previsão do tempo, a jornalista apresenta o SP TV 2ª edição em fins de semana e faz reportagens em projetos especiais.

Flávia trabalhou por sete anos como repórter da emissora, sendo um ano na sucursal de Brasília, até fixar-se definitivamente na cidade de São Paulo. Sua trajetória inclui ainda a apresentação de programa sobre trânsito (Radar SP), por três anos.

Já a jornalista Lilian Lima há dois anos é editora e apresentadora titular da meteorologia do Rural Notícias, sendo atualmente substituída por Melina Fernandes, em função de sua licença maternidade. Ela está no Canal Rural desde 2007, em Porto Alegre, veículo que pertence à RBS, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Antes de trabalhar com os mapas, Lilian já atuava no Grupo RBS como repórter e editora na TV Com, que opera canais de televisão comunitária e, anteriormente, num portal de internet.

5.1 Meteorologia no Jornal Nacional: informação leve para o relaxamento

Ao observar o comportamento do público em relação ao quadro meteorológico do Jornal Nacional, é possível notar que a previsão do tempo ocupa papel importante no cotidiano do telespectador, quando situado em área urbana ou rural, resguardadas as particularidades da utilidade dessa informação para cada tipo de vida.

Flávia Freire considera que a previsão do tempo nas grandes cidades não serve apenas para satisfazer curiosidade ou auxiliar em praticidades do dia a dia, e sim constitui um serviço essencial, assim como é para áreas rurais. Segundo ela, também é útil para turismo, viagem segura de avião ou navio, garantia de sucesso em eventos como shows, olimpíadas e casamento ao ar livre. Ela ressalta, porém, que a utilidade mais importante é a prevenção, com alertas para autoridades e população, a fim de que se evite perda de vidas.

A jornalista comenta que certas editorias como política, economia ou área internacional chamam mais atenção para alguns, menos ou nada para outros. Já a meteorologia tem interesse geral. “Uma vez no SP TV 2ª edição, deixamos de dar a previsão por falta de espaço, tinha muita notícia naquele dia, e uma telespectadora ligou para a redação falando que era um absurdo, que acordava às cinco da manhã e não saía sem saber como ficaria o tempo”, conta.

O exemplo da apresentadora é sobre noticiário local, da cidade de São Paulo, mas a pesquisa desta dissertação mostra a significativa audiência do espaço meteorológico do Jornal Nacional, que é explicada em parte pela experiência agradável e prazerosa em assisti-lo, proporcionada, entre outros fatores, pela informação que o espectador julga leve, em comparação com as demais do noticiário.

Segundo Flávia Freire, exceto quando ocorrem catástrofes climáticas, existe mesmo uma preocupação para que a meteorologia não seja passada de forma pesada, por mais densas que sejam as notícias do JN que envolvam outros temas. Além disso, ela aponta que evita textos do tipo manchete, não se restringindo a passar os dados do tempo, mas também interagindo com o público.

“Uma vez tive que informar que faria 40 graus no Rio e falei: ainda bem que lá tem praia! Procuo apresentar como numa conversa, assim não fica chato”, diz. De fato, entrevistados da pesquisa afirmam se identificar com o quadro pela interação que este estabelece com o telespectador, o que não reconhecem no restante do jornal.

Essa interação é comum neste espaço do noticiário em questão pela facilidade com que a meteorologia se insere nos comentários ou conversas do dia a dia, conforme analisado

neste trabalho. A jornalista observa que muitas abordagens que fazem a ela com brincadeiras e consultas sobre o tempo se devem ao gancho que o tema representa para se estabelecer um contato. “Pessoas me perguntam a previsão porque querem viajar no fim de semana ou então me abordam dizendo: vai chover hoje?”, conta.

Na apresentação do quadro, Flávia Freire ressalta, porém, o cuidado que se deve ter nessa troca com o telespectador, pois critica a forma de apresentar que inclui entusiasmo quando informa uma previsão de sol e expressão desanimada sobre a chegada de chuva. Ela destaca que a notícia deve ser voltada para um todo, pois pode haver agricultores em períodos de seca, ávidos pela irrigação do solo.

A capacidade de relaxar que o público afirma experimentar com a meteorologia é comentada pela apresentadora, que considera que essa sensação se deve à informação de fácil entendimento. “Todos entendem e querem saber sobre o tempo, já muitas notícias do Jornal Nacional são difíceis de assimilar, muitos não dominam política e economia, por exemplo. São notícias em que é preciso estar bem atento para compreender”, considera.

Esse ponto de vista permite um complemento, por meio de abordagens deste estudo, a respeito da tendência do indivíduo querer descansar, própria do horário em que o JN é exibido, à noite, após um dia inteiro de atividades. Desta forma, um conteúdo leve e de fácil compreensão, como a meteorologia, é melhor recebido do que aquele que exige esforço mental ou intelectual.

A diferença entre informações pesadas e leves é marcada pela falta de conexão entre as matérias do JN e o quadro do tempo, conforme destacado por entrevistados da pesquisa. Pelo paralelo com o pensamento de Elias e Dunning (1985), são evidenciadas, assim, tensão e distensão no jornal, em que a excitação é experimentada com as notícias gerais e o relaxamento com a meteorologia.

Contudo, essa percepção do público de descontinuidade contrasta com a intenção da produção do jornal, mencionada por Flávia Freire, em justamente organizá-lo de modo a posicionar o espaço meteorológico em torno de informações que tenham a ver com o clima, em prol de uma sequência de assuntos interligados.

“Sempre observo o que vem antes do quadro e converso com editores para ver se terei que fazer ligação com o que vem antes do mapa. Quando tiveram os temporais na Região Serrana do Rio, me preocupei em começar a previsão pela localidade”, aponta.

A jornalista exemplifica com edição de 07 de fevereiro de 2011, mostrando que a matéria que antecedeu a meteorologia foi de carros que caíram em crateras formadas em consequência de chuvas fortes. Na continuação, a apresentadora mostrou como ficaria o

tempo na região daquele acontecimento. Mas, em oposição ao exemplo de Flávia Freire, o capítulo I desta dissertação ilustra com outro dia de telejornal, de 14 de fevereiro de 2011, em que as notícias próximas à previsão do tempo em nada tinham a ver com o quadro.

Observa-se que, por mais que a emissora busque conectar os assuntos no Jornal Nacional, este elo nem sempre é possível e, quando existe, não é facilmente percebido pelo espectador, o que é comprovado pelos depoimentos nas entrevistas. Estabelecer tais associações é tarefa mais fácil para o Rural Notícias, por exemplo, como já analisado, face à proximidade da meteorologia com o agronegócio, principal tema do jornal do campo.

5.2 O prazer de informar-se com as moças do tempo

As características do quadro meteorológico de entreter e relaxar o telespectador vão além da informação em si, classificada como leve pelo público, que encontra neste momento do telejornal a distração na forma dos cenários interessantes. A apresentadora do tempo do JN utiliza recursos tecnológicos por meio de escalas, tabelas e ilustrações, porque considera importante esse apoio visual, que além de tornar o quadro atraente, facilita a assimilação dos dados.

É grande a preocupação da moça do tempo com a compreensão do público acerca do conteúdo sobre o clima. Na sua rotina de trabalho, Flávia Freire explica que consulta suas fontes e recebe a previsão de meteorologistas, que, na qualidade de especialistas, usam termos técnicos. Diante disso, segundo ela, seu papel é adaptar aquele texto para uma linguagem simples, na certeza de que todos que a assistem possam entender.

“Após colher as informações, penso em como transformá-las para que se mostrem úteis, interessantes e fáceis. É um desafio diário traduzir para o espectador aquele universo sobre o qual ele não tem intimidade. Quando os técnicos me falam de áreas de instabilidade, por exemplo, procuro não reproduzir assim, pois nada mais são do que nuvens carregadas”, diz a jornalista, que conta ter passado por preparação em Cachoeira Paulista, onde fica a sede do INPE – Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, que é fonte da Rede Globo para os dados meteorológicos.

A apresentadora pondera que muitos brasileiros não conhecem a Geografia do país, por isso faz questão de apontar os mapas, pois quando vai chover de Aracaju ao Amazonas, poucos têm noção de onde se localizam. Observação esta que confirma o relato de entrevistados acerca da dificuldade que encontram nas ilustrações, por julgá-las complicadas.

Os cuidados na transmissão da mensagem meteorológica do JN, representados por Flávia Freire, são observados e elogiados por participantes da pesquisa, que exaltam o quanto as moças do tempo explicam bem. Além disso, mencionam como umas de suas principais características, a desenvoltura e a delicadeza com que se movimentam entre mapas e tabelas. Qualidades que, de acordo com entrevistados, os levam à distração e ao relaxamento por admirá-las.

Essa facilidade que as apresentadoras do quadro têm em se expressar, destacadas pelo público ouvido, remete ao capítulo II, sobre traços da Educação nos espaços da meteorologia no Telejornalismo. A atenção de Flávia Freire, em nome do bom entendimento do receptor, a aproxima da figura de uma professora, na ideia de que para se passar uma informação de modo satisfatório, de certa forma retoma-se o modelo educacional, com ilustrações e linguagem simples para a boa compreensão.

Vale lembrar que no Jornal Nacional, fora da meteorologia, o mesmo é aplicado, quando, por exemplo, imagens computadorizadas de corpo humano são exibidas para melhor explicar doenças ou funcionamentos do organismo. Na mesma linha, o comportamento das jornalistas do tempo diante da produção e apresentação do quadro as torna mais próximas do propósito de um docente, que é fazer-se entender.

Diferentemente das escolas, a recepção dos dados meteorológicos ou o aprendizado com as apresentadoras são facilmente prazerosos, como apontam entrevistados e conforme analisado nesta dissertação. Para relembrar os detalhes abordados que se encontram enfraquecidos ou ausentes nas escolas, mas que levam ao prazer de aprender nos quadros do tempo, destacam-se a apresentadora/professora sempre simpática, a transmissão rápida e objetiva da mensagem, a utilidade imediata da informação e a inexistência de avaliação para testar a assimilação do conteúdo absorvido.

5.3 Beleza e competência na meteorologia do JN

Além da desenvoltura e facilidade de expressão, a beleza e a elegância das apresentadoras também foram amplamente citadas na pesquisa como elementos de distração no quadro. O leque de qualidades que os espectadores mencionam para elogiar tais jornalistas compõe o motivo pelo qual acreditam que existem mais mulheres do que homens apresentando a meteorologia.

Flávia Freire aponta que não tem conhecimento de estudo que aponte o porquê de a emissora contar com maior presença feminina neste espaço, mas menciona um fator como possível causa desta configuração na Rede Globo nos tempos atuais.

“Uma vez abriram testes na emissora para homens e mulheres para a apresentação do tempo, mas eles não se saíram bem como elas. Acho mesmo uma questão de desenvoltura, os homens são travados. Pode se considerar, então, que tem mais mulheres hoje na função, porque as candidatas foram melhores nas últimas seleções”, afirma.

Conforme visto, telespectadores apontam nas entrevistas que as mulheres são leves e os homens, travados, o que os faz gostar mais de assisti-las no quadro e acreditar ser esta uma das razões pela qual elas predominam na meteorologia. A opinião do público vem ao encontro do relato de Flávia Freire: os homens são preteridos nas seleções exatamente por este motivo.

Da mesma geração de jornalistas que ela, Evaristo Costa e Fabrício Battaglini são exemplos do universo restrito de apresentadores que a meteorologia da Rede Globo já teve. A beleza e a sensualidade das moças do tempo foram amplamente citadas pelos participantes da pesquisa, embora a menção a atributos físicos não tenha sido maior do que as virtudes desvinculadas do aspecto corporal.

“Fico satisfeita em saber que o público não desassocia beleza de competência. Acho que é uma criação da mídia vincular a razão de um sucesso profissional exclusivamente à imagem. As pessoas não pensam assim, não se influenciam neste ponto”, considera.

A apresentadora acredita que o espaço de credibilidade em que as moças do tempo estão inseridas, o Telejornalismo, proporciona o respeito que também as faz serem admiradas não somente pela beleza. Ela lembra que, há algum tempo, não era necessário formação em Jornalismo para apresentar os mapas, mas que hoje isso mudou e o público reconhece o profissionalismo, ao acompanhar uma trajetória como a sua, de sete anos como repórter de rua, antes de passar à editoria de meteorologia.

A preferência pela presença de mulheres na apresentação do quadro, que não se restringe ao público masculino, conforme mostram as entrevistas, é comentada por Flávia Freire, com exemplos do quanto as telespectadoras gostam de assisti-las. “Um funcionário que trabalhava aqui dizia que a mulher dele não perdia as minhas apresentações, porque queria ver como eu estaria vestida. Espectadoras ligam para saber sobre o vestido que usei no Jornal Nacional. Elas se baseiam na gente”, comenta.

Diante disso, segundo a jornalista, existe uma preocupação natural com a imagem, uma atenção especial às roupas usadas, principalmente, porque aparece de corpo inteiro e é reparada não somente pela informação do tempo. “Nosso mundo caminha cada vez mais para

a valorização de quem é jovem e bonito, o público cobra que estejamos sempre com boa aparência, na TV e fora dela”, aponta.

Ela conta que justamente por essa atmosfera de atenção à forma física, que muitos colegas de emissora emagrecem, incomodados pelo fato de a televisão projetar suas imagens acima do peso do que realmente estão. “Não é uma exigência da Globo, os próprios apresentadores querem se ver bem e tomam a iniciativa”, afirma.

Os comentários da apresentadora remetem à abordagem de Lovisolo (2006), no capítulo I, sobre a valorização de juventude, beleza e saúde, em que o autor ilustra que índices baixos de gordura são associados ao conjunto das três virtudes. Igualmente estudado no começo deste trabalho, Canevacci (2008) também pode ser associado às declarações da jornalista, na ideia da utilização do corpo como mercadoria, além de Goldenberg (2007), que da mesma forma evidencia uma cultura de preocupação com a aparência.

5.4 Admiráveis moças do tempo também no Rural Notícias

Embora o público do Rural Notícias seja voltado ao agronegócio, o que acentua sua atenção à informação meteorológica, o desejo de ver a moça do tempo bonita e elegante também o pertence. Editora e apresentadora no Canal Rural, a jornalista Lilian Lima conta que a preocupação com a imagem a fez perder 12 quilos quando começou a apresentar a previsão, relatando o mesmo apontado por Flávia Freire, sobre os cuidados que o próprio profissional acaba adotando.

“Aparecer de corpo inteiro não é fácil. Quis emagrecer porque ver minha imagem acima do peso na TV me incomodava. A televisão engorda a gente e o chroma, muito mais. Temos vários monitores na emissora e eu ficava me vendo de meia em meia hora daquele jeito, o que me deixava chateada”, brinca Lilian Lima, se referindo aos boletins do tempo exibidos a cada 30 minutos pelo Canal Rural.

Ela conta também que, recém-contratada na TV, tinha aparência jovial demais para os padrões exigidos pelo Jornalismo em nome da credibilidade. Assim, ela mudou o tom e o corte de cabelo, enquanto roupas mais sóbrias foram separadas pela emissora para vesti-la. Segundo Lilian Lima, depois de um período em que o público a conheceu e a confiança em seu trabalho foi depositada, seu visual pôde aos poucos deixar de ser tão sério.

“Falo para público tradicional e teve uma época em que se usava um *tailleur* para apresentar o tempo, mas isso foi mudado, porque passava seriedade em excesso. Hoje, optamos bastante pelos vestidos, já que caem bem e não deixam a imagem pesada”, diz.

Observa-se, assim, uma preocupação do Rural Notícias em apresentar a jornalista do tempo de forma leve e agradável. Embora sua atenção primeira seja voltada para a informação meteorológica, o telespectador rural ouvido aponta se distrair com a observação às moças do tempo, seus corpos, roupas e maneiras de se portar e se expressar.

A jornalista conta que já houve caso em que uma espectadora ligou para a emissora, a fim de saber sobre a cor de seu batom, o que acaba reforçando a constatação de que não é porque a população do campo assiste ao quadro com foco no trabalho ou negócios, que não se entretinha com particularidades inerentes à imagem.

Além disso, o interesse pelo batom da moça do tempo reafirma que mesmo o público feminino prefere assistir a uma mulher na meteorologia, para reparar o que elas usam, prática relatada por entrevistadas como uma forma de distração.

Motivo idêntico para a predominância de mulheres na apresentação do tempo no Telejornalismo, apontado por Flávia Freire, é sinalizado por Lilian Lima. Segundo ela, a desenvoltura, a leveza e a delicadeza, como características femininas em geral, assinalam seus sucessos e as mantém no cargo em maior quantidade. A apresentadora ressalta que a função requer uma boa voz, uma postura bonita e habilidade para realizar movimentos delicados de mão e corpo, de modo a parecer tudo natural e sutil.

“Uma vez foi feito um teste com um repórter da emissora para apresentação do tempo e ele teve dificuldade em caminhar e gesticular. Reparo que colegas homens que apresentam a meteorologia na RBS são meio travados, se posicionam de um só lado do mapa e não se movimentam para dar dinamismo ao quadro. Ter mais mulheres não é nada premeditado, os homens tentam entrar nesse espaço, mas elas são melhores”, comenta.

5.5 Informação do tempo no RN: mais trabalho, menos distração

Além das qualidades da mulher, que tornam agradável e prazeroso o ato de informar-se sobre a meteorologia, apontadas por entrevistados e ressaltadas também por Lilian Lima, o modo calmo e competente com que as moças explicam os detalhes do clima é também destaque neste trabalho. Para satisfazer o público neste sentido, a jornalista conta como se preparou e ainda se prepara para apresentar o tempo a telespectador segmentado.

Ela participou de workshop com especialistas da Comar Meteorologia, de São Paulo, quando aprendeu noções básicas sobre o tema. A empresa tem parceria com o Canal Rural e possui agrometeorologistas, que têm como uma das funções visitarem produtores em suas fazendas, para avaliar também as condições do solo, fornecendo informações ricas à emissora.

“A meteorologia é um dos assuntos mais importantes que o Canal Rural aborda. Atuar nessa área aqui é muito mais do que dizer se vai chover ou não. Aprendo muito no dia a dia com especialistas, para informar ao público a umidade do solo, os milímetros de chuva, as culturas, o que se planta em cada região do Brasil, levando em conta as dificuldades geográficas, de diferenças de solo, de chuva e clima. Foi desafiador para mim no começo”, observa.

Desafio este acentuado pelo fato de que lida com espectador que sabe bastante sobre o tempo, pela afinidade e intimidade que possui com o tema, dada a proximidade deste com suas rotinas de trabalho. A jornalista ressalta que a adaptação de termos técnicos, como ocorre para o público do JN, em geral leigo no assunto, não é tão necessária no Rural Notícias, porque os produtores entendem.

Diante das observações de Lilian Lima, é possível retomar as comparações com a Educação. Flávia Freire no Jornal Nacional se aproxima mais das características de uma professora do que a moça do tempo do Canal Rural, levando ao público o prazer de informar-se/aprender, com os atrativos já mencionados, adormecidos nas salas de aula. Observação que contribui para o predomínio do entretenimento na transmissão da mensagem meteorológica do JN.

Prosseguindo com a abordagem educacional, a mesma confiança que o aluno tem no conhecimento passado pelo professor, o agricultor ou pecuarista deposita na informação do noticiário do campo. “É grande nossa responsabilidade, porque as pessoas tomam decisões em suas produções baseadas no que a gente diz. Se souberem que na quarta vai parar de chover, já providenciam para quarta de manhã as máquinas no solo”, ressalta.

Assim como destacado por entrevistados rurais, a importância para este público saber a previsão do tempo estendida é também comentada pela apresentadora. Ela afirma que a emissora já passou por reformulações, mas os mapas que informam como fica o tempo, num prazo de 15 dias, não são mexidos.

A jornalista menciona ainda as duas entradas sobre meteorologia existentes no Rural Notícias, sendo que a estimativa para o dia seguinte é sempre dada na segunda delas. Isso se dá em função de esta informação ser normalmente menos importante do que aquelas veiculadas na primeira parte, como uma estimativa estendida ou dados meteorológicos vinculados à matéria que antecede o quadro. Desta forma, segundo ela, quando é preciso cortar uma das entradas por falta de espaço em determinada edição, opta-se sempre pela previsão do dia que se segue.

“O produtor dificilmente tem o que fazer diante da previsão do dia seguinte. Não há meio de ele tomar uma decisão para amanhã, às sete da noite de hoje. A não ser que seja uma previsão atípica, como chuva de granizo ou neve em áreas agrícolas. Esse tipo de notícia não podemos derrubar, são fenômenos que às vezes se formam de um dia para o outro e não é possível prever com antecedência”, aponta.

Lilian Lima comenta o tipo de notícia exibida na primeira entrada da meteorologia, em que acontece de se fazer ligação com matérias do telejornal. Em edição de 14 de fevereiro de 2011, cujas manchetes foram destacadas nesta dissertação, falou-se da seca na Argentina no espaço meteorológico, porque segundo a apresentadora, a situação de lá influencia os preços da soja no Brasil. De acordo com ela, era interessante relacionar essa informação econômica, dada na matéria anterior, com a perspectiva de chuva naquele país e a consequente melhora no mercado de grãos.

“Logicamente, não cabe à meteorologia falar de mercado, mas nas entrelinhas estamos indicando ao produtor o que fazer”, completa a jornalista. Ela confirma que a produção do jornal busca esse elo da previsão do tempo com o restante do noticiário, o que é facilmente observado por entrevistados.

Como já abordado, essa característica proporciona uma homogeneidade no encadeamento das notícias, por serem interligadas por temas afins, fazendo com que não haja a tensão e a distensão sentidas pelo espectador no contexto do Jornal Nacional. Portanto, pelo modo como é produzido o Rural Notícias, mostrado por Lilian Lima, reafirma-se a distância do entretenimento para o público na meteorologia do RN, quando o foco de análise é a informação meteorológica.

Por outro lado, existe o cuidado com a imagem corporal da jornalista, por parte da emissora e da própria profissional, inclusive para proporcionar leveza por meio de sua figura. Detalhe este que é reconhecido pelo espectador, como elemento que torna agradável aquele momento do telejornal, ainda que o assunto o remeta a trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença no Telejornalismo da dinâmica do indivíduo de tentativa de satisfação, por meio dos espaços da previsão do tempo, mostra que este desenvolve sua busca em qualquer esfera que as emoções o leve. A incansável procura pelo prazer no entretenimento em variadas formas, como meio de superação do tédio, teve início no Romantismo e ainda hoje opera o hedonismo auto-ilusivo e a vontade de experimentar sensações criadas e desfrutadas na imaginação.

Como se deve encarar a aparente “invasão” do entretenimento no Jornalismo, especificamente nos tradicionais telejornais? Esvaziamento da mensagem, distração pelo formato dos quadros meteorológicos e devaneios em torno de corpos são questões que, ao serem criticadas, parecem colocar a atividade jornalística no nível do sagrado, e o lazer, nela inserida, na categoria do profano, proibido e mal visto. Telejornal e entretenimento não poderiam e não deveriam coexistir?

A resposta a esta indagação está em cada questão levantada nesta pesquisa, que evidencia a eficiência da comunicação quando esta envolve afetividade. O relaxamento e o divertimento encontrados nos coloridos mapas e tabelas de temperatura, assim como nas admiráveis moças do tempo, não interferem na credibilidade da informação transmitida, não bloqueiam a capacidade de entendimento do espectador, nem sequer o reduzem à condição de hipnotizado, apático, acrítico.

Ao contrário, os elementos que o entretêm o auxiliam na absorção da mensagem jornalística da meteorologia, exatamente por estar envolvido pelo prazer, gosto de aprender, de informar-se. Detalhe que foi possível observar pela identificação de características da Educação nos quadros do tempo, numa analogia de que as aulas prazerosas são mais produtivas e as que, positivamente, ficam guardadas na memória do aluno.

Neste sentido, é interessante notar como o espaço meteorológico se configura com sucesso, por apresentar detalhes favoráveis da Educação (credibilidade e respeito) e por “remontar”, a seu modo, aspectos que eventualmente prejudicam o interesse do receptor (tempo prolongado de aula, sistemas de avaliação, professores nem sempre simpáticos, etc).

Será que quando se tem a finalidade de informar, de alguma forma, revitaliza-se o modelo da escola? É possível pensar que sim, que essa simbiose exista em virtude da tradição e credibilidade próprias da milenar arte de educar. Numa espécie de versão “melhorada” do

sistema educacional, esses espaços no Telejornalismo recriam os detalhes que não dão certo na escola, proporcionando ao espectador o reconhecimento do gosto e da utilidade na informação, orientando-se pelo princípio da sua felicidade.

Pensar o imaginário e o prazer como fatores instituintes da sociedade é uma forma de recusar qualquer sistema que ignore a paixão, o desejo e a escuta das necessidades de cada indivíduo, na sede de teorias e práticas que o complete, seja na Educação ou no específico quadro da meteorologia.

A perspectiva do público acerca dos principais assuntos desta dissertação está em concordância com as reflexões teóricas desenvolvidas. No Jornal Nacional, um misto de sensações é vivenciado pelos entrevistados urbanos e rurais no quadro meteorológico, parecendo todas convergir para o encontro com o entretenimento.

Encontro este vivenciado em variadas formas, como descanso da rotina desgastante e das notícias desagradáveis do próprio noticiário, prazer em apreciar as apresentadoras, divertimento na distração com os cenários virtuais e satisfação em receber mensagem geralmente de utilidade para o não-trabalho, no caso do morador da cidade.

Para o espectador rural, o divertimento na meteorologia do JN se deve também ao fato de o jornal não ser voltado ao agronegócio, o que o faz associar menos o quadro à produção, em função do reduzido conteúdo de dados climáticos. Assim, o prazer pelo espaço meteorológico é uma realidade para o telespectador do Jornal Nacional, ainda que este viva no campo e o tema do quadro o remeta a sensações opostas ao lazer.

Informar-se sobre o tempo pelo Rural Notícias, no entanto, não comporta a mesma medida de prazer ao público do campo, do que quando envolvido no contexto do outro noticiário, embora observar as moças do tempo no RN seja fator que o distraia, assim como no JN. Já a pouca audiência do Canal Rural, entre a população que vive na cidade, não permitiu que se abordassem, pelo seu telejornal, tantos aspectos nessa relação entre informação do tempo e prazer, quanto foi possível no Jornal Nacional.

Um aspecto que também facilita a experiência agradável no quadro meteorológico, especificamente para o morador da cidade, é a presença marcante da meteorologia num universo de lazer talvez dos mais simples e comuns, que é a conversa. Essa questão, levantada inicialmente na parte teórica, é confirmada na pesquisa de campo, com o resultado de que todas as pessoas ouvidas, de áreas urbanas, mencionam falar sobre o tempo em seus

cotidianos, o que consideram um passatempo, uma distração, uma forma de aproximar as pessoas e, assim, preparam a atmosfera de entretenimento a que se refere o estudo.

Também são facilitadores do relaxamento na meteorologia, no caso do Jornal Nacional, a tensão e a distensão, vivenciadas pelo público nas sensações opostas proporcionadas pela perturbação das matérias gerais, em contraste com o conforto encontrado na previsão meteorológica, igualmente confirmando considerações teóricas do trabalho.

A admiração às jornalistas do tempo, entendida como baseada, sobretudo, no romantismo e em menor escala na erotização, também é ratificada por meio dos relatos dos participantes da pesquisa, que, além da beleza, exaltam qualidades das moças do tempo, desvinculadas do aspecto físico, e não atribuem exclusivamente ao corpo o sucesso de suas aparições.

As entrevistas com Flávia Freire e Lilian Lima contribuem para corroborar a suposição de espectadores de que as mulheres são maioria no cargo, porque têm mais desenvoltura do que os homens para a função. De fato, as duas apresentadoras afirmam que a presença feminina é maior no espaço da meteorologia, simplesmente porque elas demonstram melhor desempenho nas seleções.

Desta forma, o depoimento delas, acerca do motivo que leva ao predomínio feminino na previsão, contraria a lógica do culto ao corpo na sociedade brasileira e especulações de entrevistados, de que as emissoras em que atuam, Rede Globo e Canal Rural, se preocupam em contratar mulheres para apresentar os mapas, acreditando, com isso, somar audiência pela exposição de suas imagens físicas.

As colocações das jornalistas também assinalam concordância com aspectos levantados na pesquisa, que sinalizam para a importância do prazer na transmissão da mensagem meteorológica, principalmente no Jornal Nacional. Flávia Freire do JN prima pela interação com o público, pela maneira leve, simples e visualmente interessante de transmitir os dados, além da preocupação com a própria imagem, por meio de suas vestes e forma física.

Do mesmo modo, atenta à aparência, Lilian Lima do RN se esforça para estar magra, elegante e não levar a seriedade do noticiário do agronegócio para sua maneira de se vestir. Assim, investe na tentativa de proporcionar certa leveza à meteorologia do Rural Notícias, tema que, por si só, já proporciona distanciamento do lazer, ao se referir essencialmente ao trabalho e aos negócios no campo.

Destaca-se, neste estudo, que a imersão de ambos os públicos em elementos que os entretêm, na transmissão da meteorologia do JN e do RN, parece transportá-los a um momento que os conforta, em meio à aridez dos dois jornais, numa espécie de hedonismo, uma necessidade de ser feliz, diante de influências desfavoráveis à máxima, que a contrastam e a completam.

A presente dissertação, em linhas gerais, leva ao pensamento de que talvez não caiba um cuidado zeloso e obsessivo dos telejornais contra as interferências do apelo ao lazer, se informação e diversão puderem caminhar juntas, sem que se firam os princípios jornalísticos de veracidade, imparcialidade e consequente credibilidade, como parece ser possível nos quadros do tempo no Jornal Nacional e do Rural Notícias.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rubem. A Escola: Fragmento do Futuro. In: GADOTTI, Moacir. *História das Idéias Pedagógicas*. Rio de Janeiro: Ática, 2008.
- BAUDELLOT, Christian; ESTABLET, Roger. A Escola e a Divisão Capitalista do Trabalho. In: GADOTTI, Moacir. *História das Idéias Pedagógicas*. Rio de Janeiro: Ática, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: BCD União de Editoras, 1999.
- BRASIL, Antônio Cláudio. Televisão e pesquisa de opinião: a ditadura dos índices numéricos de audiência. *Logos, Comunicação & Universidade*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 9, 2º semestre, 1998.
- CAMBI, Franco. *História da Pedagogia*. São Paulo: Editora Unesp, 1999.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- CANEVACCI, Massimo. *Fetichismos visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- DAPIEVE, Arthur. A moça do tempo e o marido de sofá. *Jornal O Globo*, Rio de Janeiro, 24 abr 2009. Segundo Caderno, p.10.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ECO, Umberto. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.
- ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1984.
- ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. *A busca da excitação*. Lisboa: Difusão Editorial, 1992.
- FREIRE, Flávia. *Entrevista concedida a Fabiane Proba*. São Paulo, 8 fev. 2011.
- FREITAS, Ricardo Ferreira; NACIF, Rafael. Comunicação, Consumo e Lazer: o caso da Barra da Tijuca no Rio de Janeiro. In: FREITAS, Ricardo Ferreira; NACIF, Rafael (Orgs). *Destinos da Cidade: comunicação, arte e cultura*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2005.
- GADOTTI, Moacir. *História das Idéias Pedagógicas*. Rio de Janeiro: Ática, 2008.
- GODBAY, G. *Time Deepening and the Future of Leisure. Leisure today: selected readings*. New Jersey, v. 2, 1980.
- GOLDENBERG, Mirian. Corpo e Gênero na Cultura Brasileira. In: ROCHA, Everardo (Org.). *Cultura Brasileira: reflexões, análises e perspectivas*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Tabela 27: Percentual de domicílios com alguns bens duráveis e serviços de acesso a comunicação*. 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_impressao.php?id_noticia=1230> Acesso em 20 jun 2009.

JORNAL NACIONAL. Disponível em: <www.g1.com.br/jornalnacional>. Acessado em: 2010-2011.

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LEACH, Edmund. *Repensando a antropologia*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

LIMA, Lilian. Entrevista concedida a Fabiane Proba. Porto Alegre, 15 fev. 2011.

LOVISOLO, Hugo. Em defesa do modelo Jubesa (Juventude, Beleza e Saúde). In: BAGRICHEVSKY, Marcos; PALMA, Alexandre; ESTEVÃO, Adriana; DA ROS, Marco (Org). *A saúde em debate na Educação Física*. Blumenau: Nova Letra, 2006.

_____. *Mídia, lazer e tédio*. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, 2002.

_____. Normas, utilidades e gosto na aprendizagem. In: VOTRE, Sebastião Josué; COSTA, Vera Lucia de Menezes (Org). *Cultura, Atividade Corporal & Esporte*. Rio de Janeiro: Editoria Central da Universidade Gama Filho, 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1998.

MEMÓRIA GLOBO (org.). *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho e JOVCHELOVITCH, Sandra (Org). *Textos em Representações Sociais*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MÜLLER, Ademir; COSTA, Lamartine Pereira da. *Lazer e Trabalho: um único ou múltiplos olhares*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2003.

RIZZUTI, Elaine Valéria. Hedonismo como conteúdo filosófico do lazer. In: Encontro Nacional de Recreação e Lazer, 14., 2002, Santa Cruz do Sul. [Anais]. [Santa Cruz do Sul: s. N.], 2002. Disponível em: <http://www.redcreacion.org/documentos/enarel14/Mt_efec06.html>. Acessado em: 2010.

RURAL NOTÍCIAS. Disponível em: <www.canalrural.com.br>. Acessado em: 2010-2011.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA. Disponível em: <www.cirurgioplastica.org.br>. Acessado em: 2010.

TRAGTENBERG, Maurício. Relações de Poder na Escola. In: GADOTTI, Moacir. *História das Idéias Pedagógicas*. Rio de Janeiro: Ática, 2008.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1994.