

A estrutura do cenário para o quadro da previsão do tempo no telejornal

The structure of the scenario for the weather forecast in the news report

Lucas Jorge GARCIA¹
Francisco MACHADO FILHO²

Resumo

Os telejornais brasileiros transmitem diversas informações em todas as suas edições exibidas, dentre elas está à previsão do tempo, uma comunicação direta que sempre aparece para os telespectadores como informativo social. Este artigo mostra de forma crítica como se dá a estrutura do cenário tele jornalístico na amostragem do quadro “previsão do tempo”. Desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratória que apresenta aspectos dessa estrutura cênica, trouxe um resultado que compreende em uma estratégia visual para aguçar desejos no telespectador no ato de consumir essa informação passada pela “moça do tempo”.

Palavras-chave: Telejornal. Previsão do tempo. Estrutura cênica.

Abstract

Brazilian TV news broadcasts various information in all editions displayed, among them is the weather forecast, a direct communication that always appears to viewers as social information. This article shows critically how the structure of the tele journalistic scenario occurs in the sampling of the "weather forecast" frame. Developed through an exploratory research that presents aspects of this scenic structure, it has brought a result that includes a visual strategy to sharpen desires in the viewer in the act of consuming this information passed by the "weather girl".

Keywords: Television news. Weather forecast. Structure scenery.

Introdução

Quando se fala de telejornalismo a primeira coisa que vem a mente são os famosos telejornais que noticiam fatos diários ocorridos no Brasil e no mundo. Todavia, o trabalho de um telejornal vai muito além da prática jornalística exibida pela televisão,

¹ Mestrando do Programa de Mídia e Tecnologia (UNESP). E-mail: lginfinito@gmail.com

² Doutor em Comunicação Social (UMESP). Professor da UNESP, Campus Bauru.
E-mail: francisco.machadofilho@gmail.com

ele tem mais que um papel de transmissor da informação, é por ele que a sociedade se conecta com cultura, educação, economia e muita informação de fontes consideradas confiáveis.

No atual cenário brasileiro de todo e qualquer telejornal transmitido pela tevê aberta, às informações são diversas e pautadas mediante sua importância social e/ou conduzida pelo diretor do programa, apontam Barbeiro e Lima (2002). Alguns telejornais possuem quadros fixos para abordar determinados temas em seu programa, como é o caso do quadro - previsão do tempo - que mostra dados sobre o tempo nas próprias horas, no dia seguinte ou mesmo para o final de semana, podendo em alguns casos evidenciar uma amostra climática de tal fato.

Este artigo objetiva analisar a estrutura do cenário do telejornal no quadro de previsão do tempo. Para isso, fez-se uso de uma pesquisa exploratória na busca por fundamentar a arguição sobre os temas aqui estudados e posteriormente analisados. Como procedimento metodológico, é utilizado o estudo de Dominique Wolton (2011) sobre a comunicação no qual diz que:

[...] a comunicação é como a vida. É levantar-se, olhar, falar, ligar o rádio, a televisão, o computador, ler, conversar por telefone. [...] Comunicar é antes de tudo expressar-se. [...] Quanto mais às técnicas permitem a expressão, mais a questão do *feedback*, do retorno, torna-se importante” (WOLTON, 2011, p. 33, grifo do autor).

Para complementar, Traquina (2005) aborda as definições e mediatrizes sobre o jornalismo e o profissional na notícia informativa. Por fim, em relação à meteorologia, referenciais documentais de jornalistas e publicitários mostram os aspectos relacionados à previsão do tempo no telejornal para responder a questão norteadora: quais elementos compõem a estrutura cênica do quadro previsão do tempo?

A busca pela importância deste estudo contribui para uma análise crítica dos aspectos cênicos se tratando de telejornal com um quadro de bastante repercussão nas redes sociais, mas que também aponta elementos que muitas vezes passam despercebidos os olhares do público, mas que tem toda uma técnica visual para garantir sua atenção.

A importância do jornalismo como elemento de comunicação

Em geral, é comum achar que comunicação seja sinônimo de informação, por estar no mesmo contexto muitas vezes inserido. Entretanto, *informar*, para Wolton (2011), está ligado à mensagem transmitida; sua produção e distribuição, enquanto *comunicar* tem um processo de apropriação, logo, é algo que exige uma complexidade maior que somente informar, pois além de atender o emissor, a mensagem e o receptor (virtudes da informação), o ato de comunicar tem em vista como foi à repercussão do receptor e como ele lida com essa informação como parte de algo comum numa comunidade.

A comunicação em sociedade depende de dois fatores: o *ser*, que é a busca pela identidade e autonomia, e o *fazer*, com reconhecimento do outro e relacionar-se com ele.

No nosso cotidiano, é mais fácil encontrar informação, pois a recebemos muito mais do que comunicamos, veja como exemplo os telejornais com tantas notícias informativas; orais, textos e imagens, tudo transmitindo uma mensagem. Por outro lado, a comunicação tende a compartilhar conhecimentos e experiências em contato com o outro.

Com a evolução da tecnologia, a informação tomou um rumo distinto da sua origem, passando a usar também o *compartilhamento* a seu “favor”, o que na verdade foge da sua realidade de transmissora de uma mensagem verdadeira, informando muitas vezes algo que não condiz com o que de fato é. Com isso, a sociedade (grande parte dela) acaba absorvendo esta e comunicando aos demais.

“(…) A informação e a comunicação são inseparáveis” (WOLTON, 2011. p.87). Porém, é preciso usá-las da forma correta, discernindo informação à comunicação, principalmente seus significados e a utilização deles promovendo união entre elas e trazendo algo novo e real para a sociedade diz Wolton (2011).

O jornalismo é o grande meio de enunciar, o qual se responsabiliza pelas notícias que lhe é informada. A mensagem deve conter sentidos que transformam o contexto social através da informação.

Na verdade, as notícias são denominadas como construções narrativas, histórias reais. A necessidade de conhecer os fatos é o que torna a informação transmitida numa

notícia, diz Barbeiro e Lima (2002). Pra isso, o jornalista precisa orientar-se para que a notícia seja elaborada, toda estrutura da narração e seu desenvolvimento consiste em transformar as informações em mensagens.

O jornalista tem um papel muito importante na sociedade, pois ele tem acesso a quase tudo que envolve as notícias, o profissional vai atrás de fontes para dar credibilidade a sua informação, porém estas fontes acabam sendo distorcidas para noticiar a favor do comunicador dependendo da situação, segundo Traquina (2005).

O poder no jornalista sobre a notícia, de acordo com Traquina (2005), é que o profissional pode usar o discurso ideológico para construir determinado sentido ao acontecimento e transmitir através da notícia. O autor evidencia que a sociedade pode ser influenciada não só sobre o que pensar, mas também como pensar.

Assim como na comunicação e na informação houve evolução tecnológica, no jornalismo isso não foi diferente, porém, Traquina (2005) diz que a agilidade como a divulgação de notícias aumentou, fez com que o jornalista obtivesse maior controle das informações que lhe é oferecida, para que não haja erro grosseiro que venha a prejudicar a comunicação.

A previsão do tempo no telejornalismo

Com tantas mudanças climáticas ocorrendo constantemente em quaisquer partes do planeta, o foco de notícia primordial para este fim sem dúvidas é o telejornalismo, o qual busca evidenciar os fatos e transmitir a toda sociedade as informações relevantes através da televisão aberta (um meio simples e de fácil acesso social), mais precisamente nos telejornais da vida, como forma de ampliação do conhecimento e entretenimento de toda população para um bem comum e democrático, de acordo com Zuza e Jesus (2009).

Para que haja uma coesão nas informações que o jornalista tende a divulgar referente à previsão do tempo, é necessária uma relação direta com o profissional da área, ou seja, o meteorologista. A meteorologia é uma ciência que estuda a atmosfera e seus fenômenos, dentre os ramos de atuação do profissional meteorologista, tem a previsão do tempo, que nada mais é do que uma prévia probabilística de acontecimentos

atmosféricos em um período curto que varia de horas a uma semana no máximo³ (INMET, 2014).

O *tempo* é uma palavra que não tem um único significado, depende muito do contexto em que está inserido. O tempo para a meteorologia é um dado natural, onde a natureza é quem comanda sua virtude espacial naquele exato momento e/ou de curto prazo, sendo o tempo objetivo. No telejornal o tempo pode também ser subjetivo, mas neste trabalho, que associa a meteorologia ao jornalismo, a questão tempo lida com informações objetivas, influenciando o homem no seu cotidiano, desejos e necessidades segundo Proba (2010).

É importante ressaltar que, o profissional meteorologista não atua frente às câmeras para divulgar a previsão [no telejornalismo], e sim um jornalista, que é orientado via ponto eletrônico e teleprompte pelo profissional.

O uso da aplicação da meteorologia nos telejornais é bastante evidente, sendo que:

[...] é citado que a “*previsão do tempo*” aparece nas 18 edições pesquisadas durante uma semana, 06 de cada telejornal. Não há detalhamento sobre os critérios que levam ao uso contínuo deste tipo de informação por parte dos editores dos programas. Atualmente, observando-se os telejornais nacionais da TV aberta brasileira, todos, nos mais variados horários de exibição, dedicam um espaço ao serviço da previsão do tempo. (ZUZA e JESUS, 2009, p. 05).

Proba (2010) diz que o quadro da previsão do tempo nos telejornais é de fato informativo, todavia, a composição do cenário, o dinamismo tecnológico e a própria apresentação da “moça do tempo”, são os responsáveis pela distorção desse gênero, o que aparentemente passa a ser entretenimento devido ao dinamismo que o quadro tende a ser conduzida, conseqüentemente, a inexistência da crítica do espectador, onde este, o sujeito receptivo, recebe a informação meteorológica de tal forma a ser relaxante e saciável, no quesito curiosidade sobre o tempo.

“Por ser de interesse público, o quadro de previsão meteorológica possui características de Prestação de Serviço.” (MORAIS e REIS, 2010, p. 07). Contudo, o dinamismo do avanço tecnológico juntamente com a linguagem e imagens utilizadas no

³ Baseada em pesquisa realizada na internet. Disponível em: <http://www.inmet.gov.br/portal/index.php?r=home/page&page=sm_previsao_tempo>. Acesso em 17. Dez. 2017

auxílio da emissão de mensagem, proporcionaram uma evolução das informações climáticas.

A estrutura cênica da previsão do tempo no telejornal

Paternostro (1999) citado por Moraes e Reis (2010, p. 08) afirma as importâncias para um texto de TV:

- *Informação Visual*: facilidade de entendimento do telespectador;
- *Imediatismo*: informações da matéria com auxílio de imagens de satélites;
- *Alcance*: independe de classe social, logo o assunto é para todos os públicos;
- *Instantaneidade*: sua captação é de apenas uma vez, sem volta, devido à informação ser dirigida via televisão;
- *Envolvimento*: a forma com que o apresentador tende a contar a notícia, atraindo o telespectador.

Existem também, três elementos fundamentais na construção do programa jornalístico, de acordo com Beltrão (1969), citado por Moraes e Reis (2010, p. 08):

- *Os tipos* – características personalizadas;
- *A ação* – a apresentação elaborada para dar interesse ao receptor;
- *O ambiente* – toda descrição do local onde foi ocorrido o fato, bem como as condições sociais, cultural e econômico.

A notícia para Beltrão (1969) mencionado por Moraes e Reis (2010, p. 08) pode receber algumas classificações de acordo com a explicitada do quadro, sendo:

- *Previsíveis*: no caso da utilização de mapas sobre temperatura e previsões de chuva ou sol em determinada região (cidade e/ou país) está relacionada à frequência e regularidade dos fatos;
- *Extraordinárias*: para informações vindas como algo atípico ou inesperado, sobre as condições do clima;
- *Sensacionais*: quando se trata de notícias que comovem a sociedade, com desastres naturais provocados por catástrofes.

Em quaisquer programas televisivos - o corpo - tanto do homem quanto da mulher, é algo que busca prender o telespectador de modo a satisfazer desejos sociais

através da imagem, esta é uma ferramenta fortíssima utilizada na publicidade em diversos meios de comunicação.

Uma questão a destacar é o uso do corpo do jornalista no telejornal, onde os apresentadores principais permanecem sentados posicionados atrás de uma bancada, enquanto a jornalista que apresenta a previsão do tempo é condicionada a exibir seu corpo por inteiro, sendo mais exposta ao julgamento social sobre sua imagem corporal.

No estudo realizado por Proba (2010) confirma as afirmações anteriores e acrescenta que a moça do tempo deve apresentar-se com roupas mais justas, valorizando a silhueta feminina, sendo discreta, bonita, simpática, jovem e bem vestida. A afirmação de que “[...] cada veste há uma intensão determinada pela adequação a cada público-alvo: roupas mais justas para o “tempo do lazer” e roupas menos justas para o “tempo do serviço” (2010, p. 23) remete diretamente ao momento que o telespectador encontra-se. Percebe-se que, os horários de transmissão dos telejornais são geralmente compatíveis com o momento de lazer do público em sua residência.

Mas você deve estar se perguntando: Por que a exibição de mulheres com um padrão físico para apresentar a previsão do tempo? Proba (2010) argumenta que há simbolismo e significado por trás, relacionados às necessidades e desejos impulsionados pelos indivíduos, que buscam compor sua vida social com aquilo que o satisfaz.

O levantamento revela que as mulheres buscam a perfeição num corpo magro como o das supermodelos [...], os homens enxergam como belo os corpos das chamadas “gostosas” [...] Ou seja, o corpo que eles desejam, não é o que elas querem ter. [...] E em que classificação estaria o corpo das moças do tempo? As emissoras de televisão investem naquilo que o público quer ver. [...] os dois tipos de corpo, tratados como ideal por homens e mulheres, apresentam um ponto em comum: não são gordos. E na análise cultural em questão, isso é primeiramente o mais importante (2010 p. 24-25).

Com tudo, o relevante uso do corpo de mulheres para apresentar o quadro de previsão do tempo é o que proporciona maior audiência aos telejornais brasileiros. Uma curiosidade, ex-homens do tempo como Carlos Magno e Evaristo Costa, meteorologista e jornalista respectivamente, já fizeram parte desse universo, porém há muitos anos quando se inseriu o quadro de previsão do tempo no *Jornal Nacional* exibido pela Rede Globo.

Resultados e discussões

O quadro de previsão do tempo nos telejornais é exibido de segunda a sábado, com uma apresentação do plano geral acontecido durante o dia anterior e/ou nas últimas horas/período do dia atual, apresentado pela moça do tempo. A jornalista desfila pelo cenário fictício para mostrar de forma interativa prendendo a atenção dos telespectadores para os fenômenos de atuação, bem como a previsões de chuva, temperaturas (máxima e mínima) e às vezes unidade do ar, presença de instabilidades, possíveis tempestades, ventos e ondas altas, todas para o dia posterior e em caso de ser noticiado na sexta ou sábado, para o final de semana; com auxílio de representações geográficas (mapas virtuais), imagens, ilustrações, entrevistas, interações entre âncoras e repórteres, de acordo com Moraes e Reis (2010).

A comunicação utiliza de recursos audiovisuais: linguístico e visual com estrutura discursiva, como apresenta Beltrão (1969) citado por Moraes e Reis (2010):

[...] o *comunicador*, com a iniciativa de diálogo; a *mensagem*, com as palavras dirigidas para informar, orientar e entreter o *telespectador*, que é o terceiro elemento. Há ainda, outros dois elementos: o *veículo*, no caso a televisão, que se apresenta de forma informativa; e o *intermediário*, presente na figura do especialista, que colabora ativamente com o jornalista. (2010, p. 10, grifo do autor).

“Comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela, [...] e como responde a ela” (WOLTON, 2011, p. 16). Isto vale tanto para o telespectador, e também para o jornalista, sendo que o profissional meteorologista parte como o transmissor da mensagem inicial sobre as condições do tempo.

Por fim, a influência e credibilidade em virtude do telejornal para o quadro em destaque deste artigo, requer fundamento de estrutura cronológica, que por sua vez, vem de uma narrativa afirmativa válida para o fato. Contudo, toda composição da estrutura desse cenário mais a informação apresentada, agrega interesse do público geral sobre a temática tratada a cada previsão meteorológica, reconhecimento os profissionais,

meteorologista e jornalista, como merecedores de créditos na eficácia da sua notícia, destaca Moraes e Reis (2010).

Considerações finais

Com as constantes alterações climatológicas, a meteorologia vai se expandir de tal forma que, o quadro de previsão do tempo no telejornal há de prolongar sua exibição e tornar um dos principais focos (se não o principal) dentre todas as notícias informadas pelo programa.

Infelizmente ainda existe um empasse entre profissional meteorologista e jornalista, onde o sensacionalismo desse comunicador tende a ser o intuito de alavancar suas matérias, que normalmente são sobre desastres naturais, a fim de garantir audiência através da notícia.

O telejornal precisa rever sua estrutura informativa, para que haja melhorias na sua transmissão, onde os telespectadores não fiquem sobrecarregados com tanta informação, que sirva de exemplo o quadro da previsão do tempo, que mesmo sendo do gênero informativo, aparenta ser de entretenimento, saciando o público e transmitindo conhecimento de acordo com a estrutura de seu cenário estudada neste trabalho.

Referências

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na tv.** ed 2: Elsevier, 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA - INMET. **Informações institucionais.** c2017. Disponível em: <http://www.inmet.gov.br/portal/index.php?r=home/page&page=sm_previsao_tempo> Acesso em: 17 dez 2017.

MORAIS, Andréa Maria de; REIS, Heloiza Beatriz Cruz dos. **A meteorologia no telejornalismo contemporâneo: um estudo de caso do programa “Jornal Hoje”.** Caxias do Sul: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

PROBA, Fabiane. **Entre mapas e moças do tempo: a meteorologia no Jornal Nacional e no Rural Notícias.** Rio de Janeiro: Contemporânea, 15 Ed., vol. 8, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis, 2 Ed., vol. 1, 2005.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

ZUZA, Erika dos Santos; JESUS, Antonio Carlos de. **No ar a meteorologia além da previsão do tempo**: um breve histórico das notícias climáticas no telejornalismo e perspectivas com a TV digital no Brasil. Fortaleza: VII Encontro Nacional de História da Mídia, 2009.