

Entre mapas e moças do tempo: a Meteorologia no Jornal Nacional e no Rural Notícias¹

“Between maps and weather girls: the meteorology in the Jornal Nacional and Rural Notícias: a study in to representations

Fabiane Proba | fabiproba@gmail.com

Jornalista, publicitária e especialista em Comunicação Empresarial.
Mestranda em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Resumo

Este artigo, resultado da etapa piloto da pesquisa, compara os quadros da previsão do tempo de dois telejornais brasileiros das Organizações Globo (o do Jornal Nacional, canal aberto, e o do Rural Notícias, canal fechado), procurando analisar seus formatos, funções aparentes, formatação, a imagem corporal construída de suas apresentadoras e o público-alvo de cada jornal. A previsão aparece com várias funções, sendo dominantes a ênfase no cotidiano e lazer e a ênfase do vínculo com a produção rural em sentido amplo. Há, também, uma clara mistura entre informação meteorológica e entretenimento. Todavia, as representações sociais do corpo na sociedade brasileira e sua presença no espaço da meteorologia dos telejornais em questão são temas deste estudo.

Palavras-chave: tempo; meteorologia; entretenimento; corpo; moças do tempo.

Abstract

This article, resulting from the research pilot, contrasts the weather forecast board of two Brazilian newscasts from Globo Organizations (Jornal Nacional, broadcast by an open channel, and Rural Notícias, by paid channel), analysing its formats, seeming function, the built-up bodily image of their anchorwomen and the target audience of each newscast. The weather forecast is shown as having several meanings, the emphasis being on everyday life and leisure and on the broad meaning of the agricultural production. There is also a clear mixture between weather information and entertainment. However, the social representations of the human body in Brazilian society and its presence in the newscasts weather reports in question are the subjects of this study.

Keywords: weather; meteorology; entertainment; body; weather girls.

INTRODUÇÃO

A relação entre público e mídia é analisada aqui em um universo particular e de presença constante nas edições de telejornais: o quadro da previsão do tempo. A meteorologia e sua influência na sociedade são pano de fundo para uma comparação entre tal quadro no *Jornal Nacional* (JN) – Rede Globo – e no *Rural Notícias* (RN) – Canal Rural –, ambos das Organizações Globo, sendo o primeiro da TV aberta e o segundo da TV por assinatura.

A atuação do tempo no cotidiano da vida urbana e no planejamento das atividades rurais do público-alvo do JN e do RN, respectivamente, estão refletidos no formato dos quadros meteorológicos dos telejornais em questão, assim como na imagem corporal e no comportamento de suas apresentadoras, as chamadas “moças do tempo”. Enquanto a imagem que parece orientar o *Jornal Nacional* é a de um telespectador que busca definir apenas o dia seguinte, com destaque para a dimensão do entretenimento, o do *Rural Notícias* parece estar a serviço da atividade rural em sentido amplo.

Para tais análises comparativas, foram observados os quadros da previsão do tempo do *Jornal Nacional* e do *Rural Notícias*, durante uma semana, sendo entre 9 e 14 de novembro de 2009 para o JN, e entre 9 e 13 de novembro de 2009 para o RN, já que este não é exibido aos sábados.

Como referencial teórico são utilizados Edmund Leach e Norbet Elias, na abordagem dos variados sentidos do tempo, como o tempo da natureza em oposição ao tempo do homem. Guy Debord e Martin-Barbero estão presentes na análise da “necessidade” social de realização no lazer, mesmo diante dos telejornais. Para compor o pensamento acerca das representações sociais e da construção do senso comum, Émile Durkheim e Serge Moscovici auxiliam nessa tarefa.

O artigo a seguir é uma proposta inicial de estudo piloto acerca do tema que pretendo aprofundar na dissertação de mestrado. Desta forma, as considerações a serem apresentadas não são conclusivas e sim ideias preliminares, visto que o assunto encontra-se em pesquisa.

O TEMPO

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 a respeito do tempo nos leva a uma série de reflexões como a ideia de que maneira pensaríamos o tempo se não existissem relógio e astronomia, como comenta Edmund 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)

Norbert 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.

No dicionário *Aurélio*, constam seis definições da palavra tempo:

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 às condições meteorológicas, uma das definições do dicionário, é o sentido trabalhado neste artigo. Associado à meteorologia, o tempo é objetivo, é o tempo da natureza, conforme mencionado anteriormente, 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.

20

O TEMPO NO JORNAL NACIONAL

Estreado em 1969, o *Jornal Nacional* (JN), da Rede Globo, chega aos 40 anos líder de audiência. Veiculado de segunda a sábado, das 20h15 às 21h, o telejornal traz os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, que compõem um noticiário de temas variados. O quadro meteorológico do *Jornal Nacional*, atualmente apresentado pela jornalista Rosana Jatobá, ocupando o cargo conhecido como moça do tempo, tem particularidades que ilustram a reflexão anterior, através da análise do quadro ao longo de uma semana, entre 9 e 14 de novembro de 2009.

Quando Jatobá aponta os mapas, está mostrando também quais influências o tempo objetivo poderá trazer para a vida do cidadão no dia seguinte. 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 JN, refletido num quadro rápido, dinâmico, que essencialmente informa os locais que registrarão as temperaturas máximas e mínimas e ligeiramente anuncia as massas de ar que se aproximam de uma região ou de outra.

Observa-se que diante da praticidade da informação, torna-se fácil o telespectador assistir ao quadro da previsão do tempo como uma pausa para o entretenimento dentro do *Jornal Nacional*, 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 dia após dia, 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 a saciar a curiosidade sobre o tempo e definir aspectos pragmáticos do cotidiano.

Outras considerações podem ser feitas sobre a inconsciente busca pelo entretenimento no quadro da previsão do tempo, como o horário em que o telejornal é exibido, momento da noite que remete a uma vontade de descansar, após um dia inteiro de trabalho ou estudo. 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 e 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 o quadro da previsão do tempo fosse apresentado 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 informação, ou seja, de forma mais leve, o que gera uma certa superficialidade na transmissão da mensagem.

O TEMPO NO *RURAL NOTÍCIAS*

Mais recente, o *Rural Notícias* (RN), também das Organizações Globo, é um telejornal da TV por assinatura, do Canal Rural (canal 35 da NET e 105 da SKY). Exibido de segunda à sexta-feira, das 19h às 20h, há 13 anos se caracteriza por ser 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.

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 o “tempo do lazer”. Já no quadro meteorológico do *Rural Notícias*, apresentado por Lílian

Lima, a influência da informação se dá no ramo dos negócios, já que as condições climáticas determinam a safra, o plantio, a colheita e todos os detalhes peculiares à agricultura. O quadro no *Rural Notícias* é um serviço, verificando-se aqui o “tempo utilitário”.

Tais características podem ser percebidas também no fato de o *Rural Notícias* 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.

O espaço dedicado à meteorologia no RN é outro diferencial, pois é maior do que no outro telejornal e os dados meteorológicos são transmitidas com mais detalhes. Enquanto o JN se limita à previsão do dia seguinte no Brasil, o noticiário do Canal Rural apresenta também a previsão dos próximos 15 dias pelo país, além de um mapa específico para mostrar as incidências de chuva e outro para a temperatura nos oceanos.

Tudo para servir seu público de informações completas que contribuam para a tomada de decisões do empresariado agrícola. O quadro da meteorologia é facilmente bem contextualizado, já que grande parte das matérias do RN envolvem notícias sobre o clima e seus desdobramentos na economia.

Para ilustrar, no dia 9 de novembro de 2009, enquanto o *Jornal Nacional* apresentou a previsão do tempo em 54 segundos, o *Rural Notícias* dedicou 1 minuto e 38 segundos ao quadro. Nos dias que se seguiram, até 13 de novembro, período de análise deste artigo, a diferença em segundos entre os espaços da meteorologia nos dois telejornais foi praticamente a mesma. Veja o quadro a seguir:

TEMPO DEDICADO À INFORMAÇÃO METEOROLÓGICA (EM SEGUNDOS):

JN		RN			
Dia	Total JN	Previsão dia seguinte	Previsão para 15 dias	Previsão nos oceanos	Total RN
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	Sábado não tem edição			

MOÇAS DO TEMPO: O CORPO NO TELEJORNALISMO

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

O curioso é quando essa mesma lógica de agregar valor ao corpo se estende aos telejornais, não apenas no conteúdo da notícia, o que é reflexo das representações do que o público quer ver, ainda segundo Barbero (2001), mas também na maneira como o corpo do jornalista é apresentado ao telespectador.

As moças do tempo em questão, Rosana Jatobá e Lílian Lima, 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.

Discreta, bonita, simpática, jovem e bem vestida, Lílian Lima não se diferencia de Rosana Jatobá nesses quesitos. Porém, um detalhe pode ser considerado em uma comparação entre as duas, a partir da observação de ambos os quadros durante a semana de 9 a 13 de novembro de 2009.

Ambas as apresentadoras vestem-se distintamente, Jatobá com roupas mais justas, enquanto Lílian Lima se utiliza de modelos mais largos, que evidenciam menos a silhueta, se enquadrando mais ao perfil do jornal, voltado para os negócios. Assim, o aspecto corporal é destacado de modo distinto nos dois telejornais, já que em cada veste há uma intenção determinada pela adequação a cada público-alvo: roupas mais justas para o “tempo do lazer” e roupas menos justas para o “tempo do serviço”.

A observação da jornalista Rosana Jatobá, que apresenta a previsão do tempo no *Jornal Nacional* – função na maioria das vezes exercida por mulheres – permite a associação ao tempo do lazer, como destacado anteriormente, na ideia de que a busca pelo entretenimento no quadro da previsão do tempo seria consolidada na apreciação ao corpo da apresentadora. Comportamento que condiz com pessoas que, naquele momento, em sintonia com o lazer, estariam mais propensas a terem a atenção atraída pelo aspecto corporal.

Parece ser de longa data a preocupação da Rede Globo com a imagem da moça do tempo no JN. Em livro dedicado aos 35 anos do telejornal, ilustrações da jornalista Sandra Annenberg são mostradas na ocasião em que apresentava a meteorologia. Sobre uma 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).

Percebe-se que em 1991, existia a intenção em captar audiência no *Jornal Nacional* através da exploração da imagem, no caso, o corpo da jornalista, o que parece não ter mudado 18 anos depois. Entre 9 e 14 de novembro de 2009, Rosana Jatobá apresentou a previsão do tempo obedecendo ao mesmo formato, se posicionando de pé e se movimentando pelos mapas, o que acaba por evidenciar o corpo.

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.”

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 os 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 quer assistir.

Ao buscar melhor compreender a sociedade pela religião, Durkheim 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.” (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 elucida Moscovici:

[...] 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. (2002, p. 11).

Pesquisa de 2002, com 1.279 homens e mulheres das camadas médias cariocas, realizada pela antropóloga Mirian Goldenberg, também contribui para esse entendimento. O Rio de Janeiro é uma vitrine, lança conceitos imitados Brasil afora, o que justifica a escolha da cidade para a pesquisa. Além disso, as camadas médias consideram o corpo um valor, segundo apuração de Goldenberg (2007).

O levantamento 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 a pesquisa, os homens enxergam como belo os corpos das chamadas “gostosas”, como a dançarina Sheila Carvalho e a atriz Luma de Oliveira. 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. Por isso, Rosana Jatobá não possui as medidas magérrimas das top models. Alimentar o imaginário masculino com a “gostosa” dá audiência e a TV sabe disso.

Vale destacar que independente de ser Luma ou Gisele, 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.

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 In ROCHA, 2007, p. 55)

Tamanha atenção é dada ao corpo que a sua exibição estendeu-se ao telejornalismo. Para não esconder as silhuetas, nota-se que Rosana Jatobá geralmente usa roupa justa e dificilmente veste blaser – o que masculinizaria o visual. Enquanto moça do tempo em 1991 – no quadro citado pelo livro dos 35 anos do JN – Sandra Annenberg seguia a mesma lógica: embora usasse blaser, era de corte mais justo, que não ocultasse demais as formas do corpo.

A imagem de Jatobá parece corresponder às características do quadro: possui o corpo “aprovado” pela sociedade brasileira, adequado ao senso comum do conceito de corpo belo. A crônica do jornalista Arthur Dapieve, citada anteriormente, menciona que mesmo os homens “feitos” assistem à TV como garotos de 12 anos. É a demanda social à mídia determinando o que se quer assistir.

Parece não ser à toa que a apresentação do tempo é feita quase exclusivamente por mulheres. Carlos Magno e Evaristo Costa, ex-homens do tempo, fazem parte de uma lista restrita da presença masculina nesse universo. Não é de agora que a Rede Globo mantém “beldades” femininas à frente dos mapas do *Jornal Nacional* para obter audiência. Patrícia Poeta, atualmente no *Fantástico*, foi outro exemplo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dois telejornais das Organizações Globo trabalhados neste artigo, em que o foco de análise são os quadros da meteorologia, se enquadram no que poderíamos chamar de uma média, ou seja, adotam um padrão estético e de imagem das apresentadoras do tempo, de modo a agradar o senso comum.

Por trás das semelhanças, os detalhes aqui assinalados mostram como podem ser distintas propostas que parecem ser iguais à primeira vista. Os quadros analisados atendem às expectativas de cada público-alvo, do geral ao específico, do lazer ao trabalho, opostos que marcam as características da previsão do tempo no *Jornal Nacional* e no *Rural Notícias*, sendo o primeiro de aspectos

predominantemente urbanos, já que a maior parcela da população brasileira está situada na cidade.

O tom urbano do *Jornal Nacional* assinala o sucesso da imagem corporal de Rosana Jatobá, espelho das representações sociais nas grandes metrópoles, que faz o quadro da previsão do tempo do JN parecer uma pausa para o divertimento. Desta forma, parecem inevitáveis os devaneios eróticos que se estabelecem relacionados ao cargo de moça do tempo, com maior ênfase na apresentadora do JN.

O “virar de costas” de Sandra Annenberg, já em 1991, para captar audiência à frente dos mapas, evidenciando suas “curvas”, dificilmente seria adotado pela emissora para o Canal Rural. A Globo adotou a segmentação em seus canais por assinatura, nos quais o entretenimento cede espaço para os destaques políticos e econômicos, passando do público geral para o público segmentado.

Assim é determinada a relação que as Organizações Globo construíram entre TV aberta e TV fechada, como entre *Jornal Nacional* e *Globo News*, e entre o programa *Globo Rural* e o *Canal Rural*. A *Globo News* e o *Canal Rural* são voltados para o homem de negócios, com a diferença de que este último é especializado no campo.

26

NOTAS

¹ Trabalho apresentado no III Seminário Interno PPGCom Uerj 2009, no GT4 – Representações Sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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.

ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1984.

GOLDENBERG, Mirian. Corpo e Gênero na Cultura Brasileira. In ROCHA, Everardo (Org.). *Cultura Brasileira: reflexões, análises e perspectivas*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.

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

MAFFESOLI, Michel. Cultura e comunicação juvenis. In: *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, 2005.

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

MEMÓRIA GLOBO. *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.

OUTRAS FONTES

Canal Rural / Rural Notícias

Disponível em: <www.canalrural.com.br>

O GLOBO, Rio de Janeiro. A moça do tempo e o marido de sofá, por Arthur Dapieve.

Publicação em 24 abr 2009.

Rede Globo / Jornal Nacional

Disponível em <www.g1.com.br/jornalnacional>

Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Disponível em: <www.cirurgioplastica.org.br> Acesso em 20 jun 2009.