

“Gosto de inovar, topo desafio”: cotidiano, identidade e inovações nas formas visuais do telejornal Bom Dia São Paulo

“I like to innovate, I accept the
challenge”: everyday life, identity and
innovations in the visual forms of
television news Bom Dia São Paulo

FERNANDA MAURÍCIO SILVA

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Brasil. E-mail: fernandamauricio@gmail.com.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

SILVA, Fernanda Maurício. “Gosto de inovar, topo desafio”: cotidiano, identidade e inovações nas formas visuais do telejornal Bom Dia São Paulo. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 61-80, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em 27 de junho de 2017 / Aceito em 24 de agosto de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1047>

Resumo

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre as inovações propostas pelo telejornalismo local a partir da análise dos elementos audiovisuais do *Bom Dia São Paulo*. Tomamos como recorte dois aspectos que configuram a identidade do programa: o uso do ao vivo como recurso preferencial para a divulgação das informações, e os elementos visuais dispostos na cena de apresentação. Nos dois casos, percebe-se que o telejornal mostra-se inovador por buscar uma autêntica experiência da cidade, ao mesmo tempo em que mantém uma continuidade com formas do passado. A partir dos Estudos Culturais, considera-se a inovação numa relação com os contextos culturais que dão condições de existência para o novo e, ao mesmo tempo, permitem ver as transições sociais que o envolvem.

Palavras-chave

telejornalismo local; inovação; gênero televisivo.

Abstract

This article aims to reflect on the innovations proposed by local television journalism based on the analysis of the audiovisual elements of *Bom Dia São Paulo*. We take as a cutout two aspects that configure the program's identity: the use of live as a preferred resource for the dissemination of information, and the visual elements arranged in the presentation scene. In both cases, it can be seen that the newscast is innovative because it seeks an authentic experience of the city, while maintaining a continuity with forms of the past. From Cultural Studies, innovation is considered in relation to the cultural contexts that give conditions of existence to the new and, at the same time, allow to see the social transitions that involve it.

Keywords

local television journalism; innovation; television genre.

Introdução

“As pessoas pedem mudança”. As palavras do apresentador do telejornal *Bom Dia São Paulo*, Rodrigo Bocardi, expressam a interseção entre os objetivos editoriais de sua emissora, a TV Globo, e a expectativa da audiência com relação às alterações propostas pelo programa no início desta década. A ênfase que o apresentador dá ao “novo” – que também se nota no título deste artigo – alinha-se com um conjunto de estratégias da emissora, que periodicamente efetua uma renovação em seus telejornais em busca de maior modernização, expressa seja nos equipamentos, seja na linguagem audiovisual.

Quando observamos a história da televisão brasileira, é possível perceber que a inovação é um critério frequentemente empregado para sua avaliação e de seus produtos desde as primeiras décadas. Novos formatos e nova linguagem misturam-se a novos discursos sobre o televisivo ampliando as gramáticas de visualidade. Se a inovação se apresenta como desejo dos produtores, ela também se mostra como um horizonte de expectativa no âmbito da audiência, que, por sua vez, demanda uma constante renovação da linguagem.

No cenário contemporâneo, em que a televisão disputa com outras mídias para manter-se hegemônica (JOST, 2011), a aposta na inovação de produtos e linguagens é notoriamente acelerada pelas possibilidades tecnológicas, pelos novos espaços para produção televisiva e pelos novos mercados.

Embora muitos críticos, consumidores e pesquisadores mostrem-se animados com as novas possibilidades televisivas, é preciso pensar que as novas formas aparecem numa relação de disputa com as anteriores, buscando consolidar certas práticas ao invés de outras. Tratando das inovações em séries de TV, Jason Mittell (2015) afirma que complexidade televisiva diz respeito às mudanças nas expectativas de assistir TV, na forma de criação das histórias e nas formas de distribuição, que trazem novas práticas culturais. Assim, a inovação na configuração acompanha uma transformação contextual. Para Mittell (2015), as inovações são nexos de inúmeras forças históricas que transformam normas e possibilidades.

Se as narrativas ficcionais são espaços profícuos para inovações, as narrativas jornalísticas na televisão parecem possuir um ritmo mais lento, com as possibilidades de criação reduzidas a alguns subgêneros¹. Acreditamos que um desses espaços para experimentação é o telejornal local. Enquanto os telejornais de rede, exibidos em cadeia nacional, especialmente os de horário nobre, apresentam

¹ Neste artigo, consideramos o telejornalismo como um gênero televisivo que se desdobra em diversos subgêneros: programas de entrevistas, telejornal, programas de debate, programa de grande reportagem, entre outros.

elementos inovadores com cautela – geralmente sendo explicados para o telespectador – nos telejornais locais os recursos jornalísticos são empregados em função de um pacto marcado pela visualidade da cidade e daquilo que o telejornal pauta como cotidiano daquela comunidade. Com isso, os programas locais provocam continuidades e rupturas com relação às práticas do telejornalismo de rede que, em alguns casos, podem vir a ser incorporadas no futuro². Tais rupturas, muitas vezes, se apresentam como inovações das formas e também do discurso legitimador do telejornal.

Neste artigo, propomos uma análise do telejornal *Bom Dia São Paulo*, produzido e exibido pela TV Globo paulista. Procuraremos entender de que forma os elementos audiovisuais empregados no programa propõem inovações em seu modo de se relacionar com a audiência, buscando uma marcação espaço-temporal que ganha força no cotidiano. Acreditamos que o programa segue determinações gerais da emissora ao apresentar certas inovações como um esforço de modernização, mas que nem sempre implicam uma nova concepção do jornalismo ou da cidade com a qual ele dialoga. Nossa análise concentra-se em doze edições do telejornal exibidas ao longo do ano de 2016, tomando como objeto os dois locais preferenciais explorados pelo telejornal: o estúdio, com sua composição cênica, e a rua, quando os repórteres, ao vivo, distribuem-se em diversos pontos geográficos da capital paulista. A partir desses locais, o programa procura exibir elementos audiovisuais inovadores que ancoram-se nas gramáticas televisivas. Antes da análise, porém, abordaremos a inovação, atrelando-a a um processo da cultura. Isso significa afirmar que as novas formas não resultam apenas do arbítrio da emissora e de suas possibilidades técnicas, mas de uma trama de significados que ela assume na relação com a cultura e a sociedade. Recorremos às formulações dos Estudos Culturais a fim de colocar a inovação numa perspectiva que escape ao produto, mas permita ver as configurações sociais ali incidentes. No nosso caso, a modernização apresenta-se como um marco da identidade da cidade que o programa busca acompanhar ao exibir suas novas formas³.

A inovação numa perspectiva cultural

“O novo quadro”, “o novo cenário”, “a nova equipe” são expressões recorrentes dos produtores de televisão para descrever seus produtos, inserindo-os

² É o caso da análise que Yvana Fachine (2002) realiza sobre o papel de apresentadores, inicialmente dedicando-se à performance de Chico Pinheiro na apresentação do SPTV que, posteriormente, se espalhou para os telejornais.

³ Uma versão abreviada deste texto foi apresentada no Seminário Comunicação e Cultura Visual, realizado em dez. 2016, na Universidade Federal de Minas Gerais.

em uma lógica de permanente renovação. Entretanto, quando uma mudança formal é apresentada à audiência, ela muitas vezes é precedida de transformações sutis ocorridas no programa para que as novas formas sejam mais facilmente aceitas e façam sentido no interior do produto. Para compreendermos como se dá o processo de inovação no telejornalismo, nossa abordagem aproxima-se da formulação dos *cultural studies*, o que nos leva a pensar que uma nova forma televisual não emerge pura e simplesmente da vontade das lógicas de produção, mas de um processo permanente de negociação com esferas da cultura e da sociedade. De modo mais específico, buscamos entender as inovações apresentadas pelo telejornal *Bom Dia São Paulo* e seus significados a partir de uma dimensão contextual. Deste modo, reconhecemos que, embora certas convenções do jornalismo televisivo – valores do jornalismo, a centralidade dos jornalistas na apuração dos acontecimentos, o uso da visualidade para autenticar a realidade – sejam comuns aos diversos subgêneros, cada um deles utiliza dispositivos distintos para estabelecer sua relação com a audiência.

Para apresentar algo como inovador, os produtos convocam a memória, o reconhecimento e os hábitos de audiência dos telespectadores com o objetivo de confrontar uma forma nova com práticas dominantes vigentes. Por isso, neste artigo é relevante reconhecer como as convenções se estabelecem nos gêneros televisivos (e em seus correlatos subgêneros), de que modo elas se reproduzem e se perpetuam ao longo do tempo. A noção de gênero televisivo tem sido tratada pela academia como uma categoria cultural (GOMES, 2011a; MITTELL, 2001, 2004; GUTMANN, 2012; SILVA, 2013), o que efetua uma superação da taxionomia de textos televisivos em classificações rígidas passando a incorporar as transformações, hibridizações e reconfigurações dos produtos a partir da relação com o contexto. Sendo assim, considerar o gênero como uma categoria cultural implica tomar em causa os textos televisivos e, também, as definições interpretações e avaliações que ocorrem fora deles (Mittell, 2004). Portanto, o gênero não é algo que está *no* texto, mas que *passa pelo* texto (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 303), o atravessa. Ainda segundo Mittell (2004), os gêneros não se consolidam em um programa isolado, mas em um conjunto deles, que opera a partir de convenções semelhantes – processo denominado pelo autor de reprodução.

Segundo Jason Mittell (2004), a reprodução dos gêneros não ocorre de forma espontânea, como se dos textos ascendessem os elementos que serão reproduzidos. Ao contrário, é no contexto cultural e nas ações da produção e da recepção que são selecionados os elementos que permanecem ativos no gênero, e, portanto, tornam-se convenção. Com fins de exemplificação, cabe-nos destacar

que, no telejornalismo de rede atual, um dispositivo que se encontra em transição é a bancada (GOMES, 2007). Elemento de reconhecimento dos telejornais desde as primeiras transmissões televisivas, a bancada, para além de elemento cenográfico, demarcava os diferentes lugares de fala de produtores e receptores: os donos do saber x os leigos. Atualmente, a bancada, quando está presente no programa, permite a fuga dos apresentadores para outros espaços do cenário, mesmo aqueles que se assemelham a uma sala de estar⁴. Deste modo, hoje, a bancada não é um elemento que necessariamente se reproduz no gênero. Essa opção da produção alinha-se à atribuição de autenticidade e autoridade dos relatos em outros espaços e de outras formas, rompendo com a distância entre especialistas e leigos, e buscando maior aproximação com o campo televisivo.

Ainda de acordo com Mittell (2004), no momento da reprodução dos gêneros, da multiplicação de programas que seguem as mesmas propostas e utilizam convenções semelhantes, acontece a inovação. Segundo o autor, os textos televisivos empregam elementos inovadores – que ele definiu como complexidade narrativa para a ficção seriada – porque estão numa relação direta com as transformações nas práticas da indústria e da audiência. Portanto, o texto não propõe uma nova forma de performatizar espontaneidade e naturalidade, mas age dentro de uma proposta cultural e articulada com o contexto histórico. Por isso, compreender como ocorrem a reprodução e a inovação implica uma visada em fenômenos mais amplos que dão condições para a emergência de novas formas.

Neste momento, a contribuição de Raymond Williams para uma análise da cultura faz-se notável, uma vez que o autor disponibiliza conceitos que nos permitem um aprofundamento da análise em direção a uma compreensão da inovação enquanto fenômeno da cultura, e não como uma simples novidade presa aos produtos da cultura e motivada apenas pelo campo da produção. Em sua proposta de uma teoria cultural, Williams (1979, 2011) dá um foco especial nas novas formas, novas práticas, novos valores da cultura que pudessem oferecer uma alternativa aos modelos hegemônicos. É pensando no novo que o autor efetua uma análise da cultura tomando as diversas temporalidades atuantes num mesmo momento histórico. Um dos autores inaugurais dos *cultural studies*, Williams considera relevante um olhar ao passado para compreender em que momentos e de que modo a sociedade acolhe as transformações nas formas dominantes. Em duas de suas primeiras obras, *Cultura e Sociedade* (1969), publicada em 1958, e *The Long Revolution* (2001), publicada em 1961, a História está presente como

⁴ Em trabalhos anteriores, argumentamos que no telejornal *Bom Dia Brasil* há uma ambiguidade do espaço da sala de estar que ora funciona como local de descontração entre os medidores, com conversas leves, ora é o espaço de acesso a um saber especializado, com os comentaristas de político, economia ou segurança pública (SILVA, 2010).

eixo que lhe permite olhar para o presente e suas dinâmicas. Para a análise dessa dimensão processual da cultura que encontra-se em permanente transformação, Williams elaborou uma hipótese cultural por ele denominada de estrutura de sentimento. Sobre a produtividade da noção de estrutura de sentimento para a análise da cultura, Itania Gomes afirma que:

[...] estrutura de sentimento se refere a uma experiência social que está *em processo* ou *em solução*. [...] O problema da análise da cultura é reconhecer como novas convenções surgem e se consolidam, no processo contínuo de mudança cultural (GOMES, 2011b, p. 40, grifos da autora).

Williams (1979) aponta três outros conceitos atrelados à noção de estrutura de sentimento que dão conta de distintas formas culturais: os elementos dominantes são aqueles que se estabeleceram hegemonicamente no presente através de uma série de disputas com as formas resistentes e alternativas; os residuais são as formas do passado que permanecem em uso no presente; e os emergentes dizem respeito àqueles elementos que atuam no presente como tendências para novas práticas culturais futuras. O emergente, portanto, traz uma situação inovadora, mas com o objetivo de sobrepor-se ao dominante e estabelecer uma nova prática. Assim, o residual é uma forma cultural do passado engendrada no presente, do mesmo modo como o emergente aponta para novas formas culturais que procuram avançar nas formas culturais dominantes e suas relações sócio-formais. O processo de reprodução cultural se dá no dominante, que pode absorver ou tentar absorver o residual e o emergente.

Segundo Williams (2011), as novas formas demonstram que a ordem social estabelecida está em transformação, agregando novas práticas. Como Mittell, Williams também acredita que a inovação se torna evidente no momento da reprodução: é ali que novas práticas podem ser incorporadas no processo da cultura. Assim, o sentido de reprodução não pode ser o de réplica, uma vez que os processos estão ativos e em transformação. Deste modo, o autor dá especial atenção não apenas aos elementos de continuidade, mas aos rompimentos, às contradições, ou seja, às configurações do que ele denomina como emergente. Essas formas novas podem se manifestar tanto na relação interna/externa (ou seja, são novas as formas culturais e também a ordem social em que se inserem⁵), quanto apenas nas características internas, sendo a relação com a ordem social fraca ou insistente.

⁵ Uma boa análise dessa relação entre transformação interna das obras e transformação da ordem social encontra-se em Örnebring (2003), que efetua uma análise histórica dos *talk shows* na Suécia mostrando que as mudanças nas configurações dos programas seguiam alterações nas relações sociais.

Para Williams, essas inovações não acontecem abruptamente, mas na maioria das vezes são decorrentes de longos períodos históricos. Quando afirma que há algo radicalmente novo nas formas culturais, o autor não quer dizer que esse novo surgiu espontaneamente, mas que ele “foi-se fazendo” novo, trouxe contribuições de diversos lugares.

Para o autor, porém, há uma distinção entre o emergente – novas formas com potencial efetivamente transformador da cultura – e inovações que representam a reconfiguração do dominante – que precisa renovar-se para manter-se hegemônico. De acordo com Williams:

[...] o emergente é correlato mas não idêntico ao inovador. Alguns tipos de inovação (o expressionismo subjetivo, por exemplo), são movimentos e ajustamentos dentro do dominante e tornam-se suas novas formas (WILLIAMS, 2011, p. 202).

Com o autor, podemos compreender, portanto, que há inovações de diversos tipos: aquelas que possuem profunda relação com a ordem social; as que pouco dizem sobre a ordem social e voltam-se para características internas dos produtos da cultura; as que destroem a ordem social (WILLIAMS, 2011, p. 202); e ainda as que se apresentam como uma reconfiguração do dominante.

Acreditamos que, embora as propostas inovadoras dos telejornais locais se deem num importante momento de transição da sociedade – que está transformando diversas práticas culturais, inclusive o consumo televisivo – muitas delas representam uma renovação de práticas hegemônicas. No telejornal *Bom Dia São Paulo*, as inovações no âmbito visual parecem obedecer a um desejo de permanente modernização da televisão, que a acompanha pelo menos desde os anos 1970. A crítica televisiva do período destaca a ideia de progresso da televisão como algo a ser perseguido pelas emissoras, e a maneira mais evidente de perceber esse progresso era por meio dos elementos audiovisuais e tecnológicos. Daí o determinismo tecnológico dar o tom de boa parte das críticas ao telejornalismo nos anos 1970 e após (SILVA, 2014).

Os críticos de TV falavam em nome de um contexto cultural no qual a modernização queria se implantar apressadamente em diversos setores da sociedade brasileira, mesmo em décadas anteriores ao surgimento da televisão. Segundo Renato Ortiz (2006), desde os anos 1920 há, por parte das elites nacionais, uma intenção de tornar o Brasil um país moderno, o que se observou com a industrialização, o crescimento dos centros urbanos, os avanços tecnológicos e o aviltamento da indústria cultural. Todas essas transformações foram fomentadas por uma ideologia que se fortaleceu desde a era Vargas até a ditadura

militar. A televisão em si mesma já era sinônimo de progresso, e assim também deveria ser sua programação, sempre em busca do refinamento técnico.

A cidade de São Paulo teve papel muito relevante nos planos de modernização do país, de modo que o ser moderno tornou-se um traço da identidade cultural da cidade, fomentando novas práticas, nova linguagem, nova arquitetura (SEVCENKO, 1993). Não por acaso, os telejornais locais da TV Globo paulista são pioneiros em muitas mudanças efetuadas pela emissora, buscando uma adequação entre os discursos televisivos e um traço da identidade da cidade, que tenta tomar para si o lugar de receptora das principais tendências internacionais e disseminadora do mundo moderno para o restante do Brasil.

O discurso da modernização, porém, oculta as contradições de uma cidade que pulou diversas etapas para tornar-se megalópole. A crescente violência, os conflitos pelo espaço urbano, a pobreza e inúmeros outros problemas tencionam a impressão de modernidade que a cidade aspira construir. Não é objetivo deste artigo analisar o conteúdo do telejornal em busca das contradições entre moderno/atraso, mas tomar as inovações propostas pelo *Bom Dia São Paulo* como marca de uma intenção de modernidade. Na análise que procedemos a seguir buscamos responder de que forma o telejornal paulista convoca certas estratégias audiovisuais para estabelecer distinções com relação ao telejornalismo e, ao mesmo tempo, provoca continuidades com relação ao que já vem sendo praticado nos telejornais.

A inovação em sua dimensão visual: o Bom Dia São Paulo

Como vimos, pensar as inovações do ponto de vista cultural implica considerar as distintas temporalidades que incidem sobre os produtos da cultura. O novo se apresenta na reprodução do dominante, ao mesmo tempo em que convoca as experiências de audiência dos telespectadores para seu reconhecimento. Por conta disso, nossa análise não desconsidera as matrizes históricas que levaram às inovações. As formas apresentadas pelo *Bom Dia São Paulo* podem ser denominadas novas se as consideramos como um encontro entre passado e presente que constrói o repertório dos telespectadores. Assim, esta análise leva em conta as possíveis rupturas e continuidades que envolvem o processo de apresentar algo novo à audiência.

Para esta análise, selecionamos aleatoriamente doze edições do telejornal, uma de cada mês do ano de 2016. A partir das observações realizadas preliminarmente, identificamos dois fortes elementos que constituem a identidade

do *Bom Dia São Paulo*: o ao vivo – enquanto formato de apresentação da notícia – e os elementos visuais na instância de apresentação.

Ao vivo

A importância da transmissão direta para a configuração da linguagem televisiva já foi amplamente discutida em âmbito acadêmico. Retomamos parte dessa discussão para mostrar as estratégias empregadas pelo *Bom Dia São Paulo* para sugerir à audiência um modo de acompanhar o programa a partir de uma forte vinculação com o cotidiano. Assim, referimo-nos ao “vivo” não apenas no âmbito da transmissão, mas aos formatos preferenciais escolhidos pelo programa para exibição de notícias.

Yvana Fachine (2006) afirma que o ao vivo não apenas provoca maior sentido de instantaneidade, como também gera um sentido de presença entre os sujeitos envolvidos na comunicação. A transmissão direta é a maneira do telejornalismo simular uma proximidade temporal entre o acontecimento e sua transmissão. É o chamado tempo atual (Fachine, 2006, p. 140).

De acordo com a autora, há duas possibilidades de uso do repórter ao vivo: 1) ele, presente no local do acontecimento, relata o ocorrido num formato conhecido como *stand up*; 2) ele relata o acontecimento antes ou depois de um material pré-gravado, uma reportagem, feita por ele mesmo ou outro. A presença do repórter marca a transmissão das últimas informações sobre o fato. São raros os momentos em que o repórter flagra o acontecimento em seu desenrolar.

No telejornalismo de rede, quando um repórter entra ao vivo do local para fazer um relato, ele o faz a partir de algo do passado, portanto não concomitante ao tempo presente do telejornal. Deste modo, o “vivo” torna-se uma estratégia de presentificação do acontecimento.

Segundo Fachine (2006), foi a partir dos anos 1990 que os telejornais passaram a investir mais nas transmissões ao vivo. Hoje, ao que parece, o “vivo” funciona como um dispositivo legitimador da experiência televisiva – não é qualquer audiovisualidade (do Youtube, das redes sociais), é a audiovisualidade televisiva, marcada por um sentido de copresença dado pela simultaneidade do tempo real: o tempo televisivo e o tempo do mundo. A aposta do *Bom Dia São Paulo* no ao vivo constrói-se como estratégia de distinção. O próprio apresentador, Rodrigo Bocardi, ressaltou a importância do ao vivo para o telejornal:

Tudo ao vivo. Do jeito que o *Bom Dia São Paulo* gosta de fazer. De trazer para você a informação no momento instantâneo, na hora

que ela tá rolando. É sempre assim aqui no *Bom Dia São Paulo* (Edição de 25 jan. 2016).

Frequentemente, a abertura do programa mostra a dispersão de repórteres em diversos pontos da cidade para revelar o desenrolar dos fatos. Fora isso, câmeras instaladas no topo de altos edifícios e um helicóptero sobrevoando a cidade ao longo de toda a transmissão corroboram para a transmissão de uma ideia de vigilância.

Seguindo as matrizes já estabelecidas no telejornalismo, o *Bom Dia São Paulo* apresenta repórteres ao vivo para ancorar certos acontecimentos, como sugeriu Fachine. Mas, no caso desse telejornal, o ao vivo é o formato preferencial por meio do qual as informações são transmitidas. Esse peso da transmissão direta se torna mais evidente quando o telejornal “cria” certos acontecimentos para que a informação seja mais atual. Deste modo, o noticiário aproveita sua duração para tratar sobre certos assuntos, o que o distingue dos demais programas locais⁶. Assim, os repórteres, em algumas ocasiões, aparecem em diversos momentos no noticiário para atualizar as informações. Por exemplo, para cobrir o tema de mobilidade urbana, o *Bom Dia São Paulo* já colocou um repórter andando na cidade de bicicleta para falar sobre as condições das ciclovias, os riscos, os benefícios, os pontos críticos, entre outros aspectos. Como o “mundo lá fora” produz diversas narrativas que ocorrem simultaneamente, a dispersão dos assuntos em pequenas cápsulas ao longo do telejornal, além de funcionar como uma estratégia de atualização dos assuntos para o telespectador que não acompanhou o programa desde o início, permite ver os múltiplos acontecimentos enquanto se desenrolam. Este uso do ao vivo busca enfatizar uma simultaneidade entre o tempo do telejornal e do cotidiano da cidade, o que amplia o efeito de autenticidade dos relatos, como no caso do repórter Felipe Guedes, em frente a uma creche na cidade de Guarulhos, para falar da paralização das atividades. Com o horário do telejornal coincidente com o início das aulas matutinas, o repórter informou: “A gente sabe como fica rua onde tem escola, creche. Olha essa rua aqui. Não tem ninguém” (24 nov. 2016). Deste modo, o telespectador pode testemunhar o fato por compartilhar o mesmo tempo presente. De modo geral, as ações do *Bom Dia São Paulo* para valorizar a cobertura ao vivo buscam realçar o sentido de simultaneidade entre mundo, produção e recepção, todos partilhando um mesmo aqui-agora.

A análise do programa revelou ao menos três formas de emprego do ao vivo. Na primeira, o objetivo é mostrar algo que está acontecendo durante a transmissão do programa. Nesse caso, o ao vivo ganha um atributo testemunhal.

⁶ Essa estratégia não é comum a todos os telejornais regionais da TV Globo. O *Bom Dia Minas*, por exemplo, traz pouca presença do repórter ao vivo no local do acontecimento. Prevalece o uso de material pré-gravado.

No dia 24 de novembro de 2016, o *Bom Dia São Paulo* fez uma ampla cobertura de um incêndio ocorrido na região central da capital. A repórter, ao vivo do local do incêndio, fez três entradas no telejornal. Na primeira, ela mesma relatou o acontecimento, informando que o incêndio tinha se iniciado na noite anterior e que desde a madrugada as equipes do telejornal estavam cobrindo o evento. Em outro momento, ela entrevistou um representante do corpo de bombeiros para que explicasse as dificuldades da operação, os procedimentos, além de dados sobre o imóvel incendiado. Por fim, a repórter mostrou novamente o trabalho dos bombeiros no controle do fogo, desta vez destacando que, ao longo do programa, os agentes trabalharam muito e as chamas já não estavam tão altas. O uso do material pré-gravado como imagem de cobertura serviu para autenticar o relato da repórter, recuperando as primeiras imagens exibidas no início do telejornal como forma de compará-las com as imagens atualizadas do acontecimento. Assim, o que se tornou notícia foi a ação dos bombeiros no controle do incêndio.

O aproveitamento da duração do programa para salientar a simultaneidade entre o tempo televisivo e o tempo do cotidiano ficou marcado também nas palavras do apresentador Rodrigo Bocardi. Também no dia 24 de novembro de 2016, ele relatou a cobertura de outro caso de incêndio no bairro do Brás, ocorrido no dia anterior. Para apresentar uma reportagem pré-gravada, Bocardi afirmou: “Ontem no *Bom Dia São Paulo* nós falamos também de um grande incêndio na região do Brás. O trabalho dos bombeiros, inclusive, foi *evoluindo durante o nosso jornal. Nós mostramos tudo ao vivo*”.

Em segundo lugar, o ao vivo valoriza a ação do repórter de modo que ele mesmo, por sua performance, torna-se notícia. No dia 24 de outubro de 2016, a repórter Alessandra Cunha está divulgando um serviço do metrô para agilizar a cobrança dos bilhetes dos passageiros. Ela faz a explicação da mudança, e também se torna personagem utilizando o serviço diante da câmera, passando pela catraca do metrô e caminhando até o responsável do metrô que concedeu uma entrevista. Deste modo, o telejornal ampliou o uso do ao vivo: normalmente seria feita apenas a entrevista, mas no *Bom Dia São Paulo* a repórter torna-se cidadã – compra o bilhete e testa-o.

Juliana Gutmann (2012) afirma que o repórter representa a presença simbólica da TV no local do acontecimento. Na polifonia do telejornal, o repórter é uma das vozes mais importantes. Ao olhar para a câmera, ele nos constitui como primeiro interlocutor, estabelecendo uma relação dialógica. O repórter se constitui em um “não-eu”, uma figurativização de uma suposta imparcialidade do telejornal. Se antes a norma era que o repórter se apresentasse de forma sóbria para enfatizar a neutralidade da cobertura, a prática hoje sinaliza para o corpo do

repórter como lugar de personificação do acontecimento narrado. Ele se coloca na narrativa e constrói outra posição para o telespectador. Assim, a autora distingue duas posturas de repórteres de televisão: a primeira guarda maior relação com práticas do passado, e busca constituir a autenticidade de seu relato a partir de marcadores como “aqui” e “agora”, atestados pela presença no local do acontecimento. Seguindo esse parâmetro, o telespectador é posicionado como sujeito-testemunha. No segundo caso, o repórter não é um relator do fato, mas torna-se seu sujeito, insere-se no acontecimento e solicita do telespectador uma postura de cúmplice que partilha daquilo que é vivido pelo repórter. O repórter vive e interpreta o dito, assume uma persona. O repórter corporifica um sujeito social (no caso, um cidadão comum que usa serviços de transporte). Assim, a dimensão de presença ganha maior peso por meio do corpo do repórter, que partilha um aqui-agora do fato, presentificando-o para a audiência. Na reportagem de Alessandra Cunha, a dimensão de co-presença e cumplicidade ganhou ainda mais destaque por ocorrer ao vivo, incorporando um agora partilhado entre produtores e receptores.

Um último caso acontece quando o telejornal aproveita sua duração para absorver o processo de apuração. Na edição de 24 de novembro de 2016, a jornalista Jaqueline Brasil, responsável pelas informações de clima e trânsito no telejornal, utilizou essa estratégia para transformar o processo de apuração em informação para o telespectador. Na ocasião, a repórter, olhando para a tela que transmitia imagens aéreas da marginal Pinheiros, afirmou: “Olha, tem alguma coisa acontecendo ali. Depois da ponte da Cidade Universitária tem alguma lentidão. Vamos depois tentar descobrir o que é”. Pouco depois ela informa que a lentidão é provocada por um caminhão quebrado, mas afirma: “A gente está tentando apurar mais informações”.

Sendo assim, o telejornal não cria algo necessariamente novo, mas busca dar novos usos a uma prática jornalística que pode vir a configurar-se como hegemônica no futuro. Apesar dos desafios técnicos de dispor diversas equipes em múltiplos espaços da cidade, a presença no local atrelada ao tempo presente compartilhado durante a transmissão ratifica uma vinculação com o cotidiano do telespectador, que afere maior autenticidade aos relatos. Assim, o ao vivo está fortemente vinculado aos valores do jornalismo – atualidade, vigilância, apuração, transparência – e por isso oferece grande potencial para tornar-se marca dominante.

Os elementos visuais na instância de apresentação

Além de repórteres e fontes, apresentadores e comentaristas compõem as vozes autorizadas dos telejornais para transmitirem as informações. A cena de apresentação é cuidadosamente pensada pelas emissoras, que buscam inserir os sujeitos num cenário que favoreça tanto o cuidado com a informação quanto os espaços geográficos e simbólicos de onde elas provêm. No início da televisão, era o patrocinador do telejornal que estava presente como cenário da instância da apresentação. Foi substituído por um estúdio onde os temas podiam ser vistos por meio de telas e infográficos. Hoje, os telejornais de rede são apresentados – majoritariamente – de dentro da redação, afirmando uma relação de contiguidade com a produção noticiosa. A isso, aliou-se a prática de colocar jornalistas como apresentadores de notícias (após os anos 1990). Sendo assim, se nos telejornais de rede há um sentido de contiguidade entre a produção de notícias e sua apresentação – levando a entender que o telejornal possui maior agilidade para sua transmissão, podendo ser atualizado a qualquer instante –, nos telejornais locais, e mais especificamente no *Bom Dia São Paulo*, esta contiguidade se dá em relação ao “mundo lá fora”, à possibilidade de estar em muitos lugares ao mesmo tempo, ao cumprimento de um papel de vigilância e, simultaneamente, de partilha de um mesmo estar no mundo. E esse estar no mundo se traduz na tentativa de estabelecer uma “perfeita simetria”, uma exata simultaneidade entre o tempo do telejornal e o tempo do cotidiano. Mais do que nos telejornais de rede, *Bom Dia São Paulo* nos transporta para o tempo dos acontecimentos (muitos deles criados pelo próprio telejornal) de modo que, como pretende o jornal, não apenas recebemos informações para o dia, mas podemos experimentar o mundo lá fora ao acordar.

Essa proximidade com o mundo lá fora pode ocorrer de diversas maneiras. Em alguns casos, podemos ver, além da bancada onde se posicionam os jornalistas e das telas que se configuram em “janelas para o mundo lá fora” (onde aparecem os repórteres ao vivo, as imagens em planos gerais que informam sobre clima e trânsito, entre outros fatores), imagens de pontos conhecidos e muitas vezes turísticos das cidades. Em forma de painéis, essas imagens buscam promover o reconhecimento dos lugares que o telespectador porventura frequente ou conheça. O objetivo é aproximar o jornalismo da cidade, como se quisesse dizer ao telespectador que o envolvimento com o cotidiano urbano na produção do jornal é semelhante ao da recepção do mesmo. Ao fazê-lo, porém, as emissoras recortam e congelam certos momentos e espaços, privilegiando estereótipos estabelecidos sobre o local, preterindo alguns espaços ao invés de outros⁷.

⁷ Para exemplificar, uma das imagens que compõem o cenário do *Jornal da Manhã*, exibido pela afiliada da TV Globo em Salvador, é uma fotografia da Baía de Todos os Santos num belo dia ensolarado, de onde podemos ver parte do Elevador Lacerda. Um ponto turístico, portanto, que mostra apenas uma face da cidade. O *Bom Dia Minas* não possui nem mesmo isso. É um estúdio fechado com duas telas que

Buscando uma renovação na linguagem audiovisual, a TV Globo alterou a proposta dos telejornais locais, que deveria ser mais informal e mais voltada para a comunidade. O primeiro a sofrer essa alteração foi o *Bom Dia São Paulo*, em abril de 2007, seguido pela sede no Rio de Janeiro em 2011. A proposta era buscar maior interação com a cidade e seus cidadãos, o que levou a um aumento da participação dos telespectadores – que podiam enviar vídeos ou mesmo elaborar reportagens para serem transmitidas no telejornal.

A isso somou-se uma mudança no estúdio. Aproximando-se de uma tendência internacional, os telejornais de São Paulo e Rio de Janeiro⁸ passaram a contar com um estúdio panorâmico, posicionado no alto de um prédio, com uma ampla janela de vidro de onde podemos ver pontos estratégicos das cidades. Na ocasião da estreia do cenário no Rio de Janeiro, o diretor regional de jornalismo da Rede Globo, Erick Bretas afirmou:

Nada melhor para falar da nossa cidade do que ter a própria cidade como cenário. Neste novo estúdio, estaremos ainda mais integrados com o Rio de Janeiro (GLOBO, 31 mar. 2011).

Diferentemente do telão, que nos transporta para diversos locais da cidade, e dos painéis, que congelam o tempo vivido, do estúdio panorâmico temos um vislumbre da “cidade acontecendo”: o passar das horas, a mudança de clima, o trânsito, o movimento. Deste modo, os dispositivos provocam sentidos distintos e complementares: o telão traz um efeito de dispersão e vigilância, o estúdio panorâmico, de partilha e participação.

Para a concretização do novo cenário em São Paulo, foi necessário um deslocamento do estúdio e do setor comercial da emissora das proximidades da Avenida Paulista para o Brooklin, bairro de classe média alta da capital, situado numa avenida de grande peso empresarial. O estúdio panorâmico, porém, manteve o princípio dos painéis ao privilegiar a presença de um cartão postal ao fundo⁹. A estreia do estúdio panorâmico de São Paulo coincidiu com a inauguração de seu cenário principal: a ponte Otávio Frias que atravessa o rio Pinheiros e suas marginais, conhecidas (mesmo fora da cidade) pelos frequentes engarrafamentos e acidentes. Curioso notar que tanto na estreia do cenário no Rio quanto em São

levam as imagens do “mundo lá fora” para o estúdio, mantendo-se em um paradigma bastante tradicional.

⁸ Mais recentemente, Brasília também ganhou uma versão do estúdio panorâmico, voltado para o Planalto.

⁹ A mesma postura foi adotada pelos telejornais cariocas. Na estreia do estúdio carioca, a apresentadora Ana Luíza Guimarães ressaltou: “Todas as manhãs vamos estar aqui nesse estúdio panorâmico, com essa vista deslumbrante do Rio, em que você vai poder acompanhar minuto a minuto o amanhecer na cidade” (4 abr. 2011). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VgL1OPR-aH4>>, acesso em 1 dez.2016.

Paulo, as apresentadoras (Ana Luíza Guimarães e Mariana Godoy, respectivamente) ressaltam o “cenário deslumbrante”¹⁰.

O estúdio panorâmico não possui o objetivo de apenas mostrar a cidade, mas de propor ao telespectador uma forma de viver a cidade simultaneamente com a produção. Assim, o telejornal pretende dar ao telespectador uma experiência, e não apenas um noticiário. A temporalidade do telejornal acentua essa função: pela manhã, é possível ver o dia amanhecer, o trânsito se intensificar, o movimento dos aviões, conferindo um mesmo “estar no mundo”, provocando um sentido de partilha.

Essa dimensão ganha força em noticiários corriqueiros, como a previsão do tempo. Certamente o telejornal não abandonou a cobertura com mapas e gráficos, mas a redundância em dizer “vai chover hoje na capital paulista” ganha maior peso quando vemos o céu nublado. Apesar de ter o objetivo de prestar um serviço e informar os diversos telespectadores que não acompanham o programa desde o início, as múltiplas entradas da previsão do tempo no telejornal acentuam a possibilidade do mesmo atualizar-se com o passar das horas¹¹.

Tal dimensão de compartilhamento, como se o telejornal quisesse fornecer ao telespectador uma experiência de estar na cidade, ganhou um reforço na edição de 25 de janeiro de 2016, aniversário da capital paulista. Naquela ocasião, o pacto pautado pela partilha acirrou-se ainda mais quando a ancoragem saiu do estúdio e foi para a Avenida Paulista, um dos principais espaços da cidade, para, dali, dar a dimensão de compartilhamento de um mesmo estar no mundo.

A abertura do telejornal flagra o apresentador Rodrigo Bocardi chegando de metrô na estação Trianon-Masp e caminhando na Avenida Paulista com o seguinte texto:

Muito bom dia! São Paulo. Segunda-feira. Dia 25 de janeiro de 2016. Temperatura na capital paulista de 19 graus nesta manhã. Eu estou chegando. Estou chegando. Estou de volta e de metrô. Aqui na estação Trianon-Masp da Paulista. Chegando para um *Bom Dia São Paulo* super especial depois deste período fora. Agradeço demais à Monalisa Perroni, que tocou com todo carinho esse *Bom Dia São Paulo* nesse período. Pude dormir, dormir e muito, até acordar. A gente está aqui na Avenida Paulista nessa manhã ainda escura. Eu digo que é um *Bom Dia São Paulo* especial porque é o aniversário da capital paulista. São 462 anos que se comemoram nessa segunda-feira. E vamos percorrer a Paulista, a região central da cidade de São Paulo. Tudo ao vivo. Do jeito que o *Bom Dia São Paulo* gosta de fazer. De trazer para você a informação no momento instantâneo, na hora que ela tá rolando. É sempre assim aqui no *Bom Dia São Paulo*.

¹⁰ No Rio de Janeiro, o cenário panorâmico fica no Jardim Botânico, com vista para a Lagoa Rodrigo de Freitas.

¹¹ A crítica televisiva avaliou negativamente o *Bom Dia São Paulo* pela ênfase na previsão do tempo. Ver FELTRIN, 2016 nas referências bibliográficas.

Abandonando o terno e vestindo uma camiseta, o apresentador, durante a escalada, convoca o telespectador para estar com ele e vivenciar São Paulo juntamente com o telejornal. A marcação espaço-temporal do apresentador (“A gente está aqui na Avenida Paulista nessa manhã ainda escura”) põe um relevo na empreitada inovadora de sair do estúdio e viver a cidade.

Tais escolhas, embora episódicas, sugerem uma tentativa de inovação proposta pelo telejornal. Não é a primeira vez que apresentadores de um telejornal deslocam-se do estúdio para a rua. O jornalismo em rede já fez essa experiência, mas, geralmente, dividindo o espaço de autoridade da bancada com a rua, já que normalmente são dois apresentadores. O *Jornal Nacional* usou essa estratégia para cobrir ataques do PCC em 2006, na Copa do Mundo, no enterro do Papa João Paulo II entre outros, mas o sentido provocado era acompanhar de perto um acontecimento. No caso do *Bom Dia São Paulo* não há acontecimento. O telejornal vai para a rua para “ser mais paulistano”, gerar maior identificação com o público que ali aparece nos intervalos comerciais, dividir a cidade com quem nela vive, viver experiências (como tomar café da manhã numa padaria e andar de ônibus, atividades que o apresentador realiza ao longo da edição). De relator e comentarista dos fatos, Rodrigo Bocardi assume maior protagonismo, encarnando o papel do paulistano. É por mostrar esse pertencimento que ele possui autoridade para noticiar a cidade. Naquele dia, mais do que nos demais, ele se torna “um de nós” – não alguém que apurou, checkou informações. Ele está ali e merece nossa credibilidade porque quer se parecer com sua audiência.

Considerações finais

Como podemos notar, o telejornal paulistano esforça-se para mostrar-se inovador e moderno, o que é parte da estratégia de sua emissora e da identidade da cidade. Ele se constrói como um local pioneiro em formas visuais e discursivas nos modos de fazer telejornalismo na atualidade. Foi para dar destaque a esse lugar de distinção que efetuamos breves comparações com outros telejornais locais do mesmo grupo, exibidos no mesmo horário. Se, por um lado, Rio de Janeiro e São Paulo mostram-se alinhados com um novo momento, explorando novas possibilidades, telejornais locais de outras redes mostram-se ainda seguindo convenções bastante tradicionais. Temos, portanto, no desenvolvimento do subgênero telejornal local, distintas temporalidades, passado e presente, que se confrontam e sugerem apostas de *uma* modernidade e *uma* tradição.

Assim, seguindo os pressupostos de Williams (2011), o telejornal apresenta formas inovadoras com uma vinculação rasteira com as transformações sociais. O

Bom Dia São Paulo pode pautar futuras transformações nos telejornais, mas pouco se apresenta como uma nova forma de fazer jornalismo. Assim, o telejornal é inovador, mas não emergente.

No que diz respeito à tentativa de propor inovações, *Bom Dia São Paulo* parece querer dar relevo ao cotidiano não apenas na formulação de suas pautas, mas no direcionamento do ver, na proposição de formas de olhar e usar o telejornal. Assim, procura fazer interagir os espaços e tempos midiáticos e da vida cotidiana – que Martin-Barbero (2009) denominou ritualidade – por meio de uma gramática audiovisual que ressalta os modos de vida da cidade. Nesse sentido, as inovações parecem buscar alcançar essa ritualidade e configurar uma nova forma de pensar o telejornal local.

No entanto, ele se mostra como uma continuidade com o que é praticado em telejornais que usam os painéis como cenário, uma vez que privilegiam o turístico e a classe média alta como lugar preferencial de onde se fala. As contradições da cidade de São Paulo pouco aparecem em suas estratégias visuais, mantendo as convenções estabelecidas no subgênero.

Referências

AMENDOLA, Beatriz. "Muito do que você vê sou eu". **TV e Famosos**, 30 nov. 2016. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/30/muito-do-que-voce-ve-sou-eu-diz-bocardi-sobre-apresentar-o-bom-dia-sp.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

FECHINE, Yvana. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. **Revista DeSignis**, Barcelona, n.2, 2002, disponível em <<http://www.pucsp.br/pos/cos/cps/pt-br/arquivo/Biblio-Yvana2.pdf>>, acesso em 17 jun. 2009.

_____. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: Elizabeth Duarte e Maria Lília Castro (Orgs.). **Televisão: entre a academia e o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 139-154.

FERLTRIN, Ricardo. "Bom Dia São Paulo" gasta 30% do tempo para falar só de temperatura. **TV e Famosos**, 16 abr. 2016. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/oops/2016/06/15/telejornal-da-globo-gasta-30-do-tempo-para-falar-so-de-temperatura.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

INVESTIMENTO: Estúdio panorâmico em São Paulo será cenário de telejornais da Globo. **Portal Imprensa**, 19 abr. 2007. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/7730/binvestimento+b+estudio+panoramico+em+sao+paulo+sera+cenario+de+telejornais+da+tv+globo>, acesso em 30 nov. 2016.

GLOBO inaugura estúdio panorâmico para telejornais cariocas. **UOL**, TV e Famosos, 31 mar. 2011. Disponível em:

<<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2011/03/31/globo-inaugura-estudio-panoramico-para-telejornais-cariocas.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

GOMES, Itania. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesus Martin-Barbero. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130. 2011a.

_____. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: GOMES, Itania; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011b. p. 29-48.

_____. Questão de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *E-compós*, 2007, vol. 2.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, São Paulo, n. 2, p. 93-109, jan.-jun. 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MITTEL, Jason. A general approach to television genre theory. **Cinema Journal**, Texas, vol. 40, n. 3, primavera 2001.

_____. **Genre and Television**. From Cop Shows to Cartoons in American Culture. London: Routledge, 2004.

_____. **Complex TV**: The Poetics of Contemporary Television Storytelling. New York e London: New York University Press, 2015.

ÖRNEBRING, Henrik. Televising the Public Sphere. Forty years of current affairs debate programmes on Swedish television. In: **European Journal of Communication**, v. 18, n. 4, p. 501-527. 2003.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REIS, Fernanda. "Bom Dia São Paulo" estreia novo formato e novo âncora. **Folha de São Paulo**, F5, 06 maio 2013. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1273942-bom-dia-sao-paulo-estreia-novo-formato-e-novo-ancora.shtml>>, acesso em 30 nov. 2016.

SEVCENKO, Nicolau. Transformações da linguagem e advento da cultura modernista no Brasil. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, vol. 6, n. 11, p. 78-88. 1993.

SILVA, Fernanda Mauricio. Quando a crítica encontra a TV: uma abordagem cultural para a análise da crítica televisiva. **Revista Famecos** (Online), Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio ago. 2016.

_____. Em busca de um telejornalismo legítimo: critérios de qualidade nas críticas de Artur da Távola dos anos 1970. **Significação**, São Paulo, v. 41, n. 41, p. 57-78. 2014.

_____. Convenções históricas do talk show brasileiro: de 1950 a 1990. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 191-204, maio-ago. 2013.

_____. **A conversação como estratégia de construção de programas jornalísticos televisivos**. Tese (doutorado) defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas – UFBA, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.

_____. **The Long Revolution**. London: Encore Editions, 2001.

_____. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

. **Cultura e sociedade: 1780-1950**. São Paulo: Editora Nacional, 1969.