



## **Televisão e acontecimento urbano - A reportagem aérea da Festa de Iemanjá no programa Se Liga Bocão da TV Itapuan, em Salvador<sup>1</sup>**

Anaelson Leandro de SOUSA<sup>2</sup>  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB

### **Resumo**

A cidade contemporânea é o centro irradiador de notícias que tem na rua o seu principal cenário de acontecimentos urbanos, dentre eles, a festa de rua. O jornalismo praticado nas grandes cidades, principalmente o televisivo, recorre, em muitas ocasiões, ao uso do helicóptero para relatar os acontecimentos da metrópole por um ângulo diferente. O objetivo deste trabalho é analisar o uso do helicóptero Águia Dourada, da TV Itapuan, na Festa de Iemanjá, em Salvador/BA, no dia 2 de fevereiro de 2011, no programa Se Liga Bocão. A metodologia empregada será a Análise de Imagem em Movimento. Espera-se demonstrar que a cobertura aérea modifica o consumo dos acontecimentos diários que tem como espaço a rua.

**Palavras-chave:** reportagem aérea; cidade; telejornalismo; acontecimento

Os ambientes urbanos nas cidades estão cada vez mais complexos. Santos (1997) explica que esta transformação deve-se a constituição de uma paisagem cultural (obras do homem) em substituição a paisagem natural (resto da natureza primitiva). As cidades modernas são espaços cuja paisagem está em constante modificação. Santos define paisagem como tudo aquilo que nós vemos e que nossa visão alcança. É o domínio do visível; dimensão da percepção, o que chega aos sentidos. Porém, a definição não fica na perspectiva simplista e reduzida. Santos procura ir além indicando que a percepção é sempre um processo seletivo de apreensão. “Se a realidade é apenas uma, cada pessoa vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto, para chegar ao seu significado” (1997, p.62).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 04 – Comunicação Audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Professor Assistente do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, campus de Vitória da Conquista. E-mail: anaelson\_leandro@yahoo.com.br



A cidade é visual e o consumo de suas imagens é de ordem simbólica. Boyer (1994) classifica as representações visuais da cidade em período clássico, moderno e contemporâneo. A primeira é cidade como obra de arte, e está situada no século XIX. Para Costa (2006) a paisagem urbana, nesse período passa a ser um tema recorrente na pintura e na fotografia, já que a imagem está intrinsecamente relacionada à modernidade.

No período moderno a cidade amplia seus domínios e sua paisagem também se estende. É a cidade panorama. Na cidade verticalizada, metropolitana, do início do século XX, a ampliação das redes de comunicação e transporte possibilita um novo consumo visual. É a cidade do trajeto. Se a cidade como obra de arte parece ser mais uma representação pictórica, a cidade panorama é a cidade do movimento.

Por último, a cidade enquanto espetáculo é a marca da representação contemporânea. Com o desenvolvimento da comunicação eletrônica e digital mudamos a forma de consumo simbólico nas cidades. Para Costa a cidade como espetáculo surge no contexto dos desenvolvimentos tecnológicos na área da comunicação e da informática e acaba por transformar a maneira como vemos, compreendemos e representamos o mundo. A cidade espetacular é fragmentada já que é representada em forma de mosaico pelos meios de comunicação, principalmente com a ajuda da televisão.

Podemos compreender a cidade a partir da luminosidade da televisão. Partilhamos com ela a imagem do ambiente urbano complexo, resultante da relação entre pessoas e equipamentos físicos. Temos então uma cidade que se reinventa a cada instante e que produz, constantemente, acontecimentos que alteram a sua ordem.

Carlos (1996) apresenta a rua como principal espaço da cidade. A ela são atribuídos diversos usos em tempos simultâneos e múltiplas dimensões: sentido de passagem; sentido de fim em si mesma, quando o seu uso se volta para a realização da mercadoria; sentido de festa; sentido de troca de mercadoria; sentido de reivindicação; sentido de moradia; domínio de gangues; sentido de segregação social; espaço para guetos urbanos (culturais); e sentido do encontro. Nas grandes cidades a rua é um importante cenário gerador de acontecimentos que são retratados pelos meios de comunicação e dispostos para o consumo de um público vasto.



Na rua se tornam claras as formas de apropriação do lugar e da cidade, e é aí que afloram as diferenças e as contradições que permeiam a vida cotidiana, bem como as tendências de homogeneização e normatização impostas pela estratégia de poder que subordina o social (Carlos, 1996, p. 86).

Podemos estabelecer, também, um diálogo entre os diversos usos que uma rua pode ter, conforme classificação de Carlos (1996), a partir do conceito de Acontecimento Urbano apresentado por Silva (2007). A autora denomina este tipo de Acontecimento como tudo aquilo que ocorre no meio ambiente urbano: passeatas, comícios, feiras, acidentes, furtos, etc. Silva define esse tipo de acontecimento como “manifestações e/ou apropriações singulares e efêmeras que ocorrem no espaço público de modo inesperado e que surgem através de escapes”. E acrescenta:

Essas apropriações estão à margem do planejamento urbano, caracterizando-se como transgressões urbanas que surgem com a finalidade de afirmar a existência de uma situação precária e que pretendem resistir diante das adversidades que lhes são impostas (SILVA, 2007, p.21).

Enquanto a rua é o protagonista físico da cidade, por outro lado, o jornalista, entre tantos outros, é o seu protagonista humano responsável por tornar visível, a partir dos critérios de noticiabilidade, acontecimentos que ocorrem nessa cidade fragmentada.

Para Travancas (2001) o jornalista é antes de tudo um habitante da cidade, pois o mundo urbano tem características e particularidades que combinam e se misturam no jornalismo. Ela destaca que a notícia é o resultado da relação jornalismo e dinâmica social.

A vida urbana não se define apenas pela grande concentração populacional e variedade de atividades econômicas, mas pela complexidade e liberdade de circulação que possibilita assim como pela intensidade com que o tempo é vivido. A base da imprensa moderna é a notícia, produto comercializado no jornal-empresa e elaborado por profissional assalariado. E se a notícia possui inúmeras definições diferentes, ela está sempre associada ao tempo e à questão do novo, da novidade. E é o tempo que transforma o novo em velho. Atrás e contra este tempo que passa mais rápido na cidade, corre o jornalista (TRAVANCAS, 2001, p.2-3).



Se antes o jornalista dispunha de tempo para percorrer as ruas em busca de pequenas ou grandes notícias na qualidade de *flâneur*, a influência mercantil da notícia, no final do século XIX, reduziu o contato do repórter com os Acontecimentos Urbanos. O *flâneur* é um tipo de observador que perambula pelas ruas e tem nela a sua principal fonte de inspiração. O seu conceito originou-se da obra do poeta francês Charles Baudelaire. É aquele que sabe recolher detalhes da vida social e construindo através de seu potencial narrativo uma nova percepção da cidade. Benjamin defende a atividade de flunar pelas ruas como primordial para a captura da essência da alma da cidade. Ele atribui um aspecto social a esta atividade e a relaciona ao jornalismo: “a base social do *flâneur* é o jornalismo” (BENJAMIN, 2004a, p.225).

Canclini (2002) ao analisar a situação da comunicação nas metrópoles, afirma que os usos das cidades são reorganizados, pois são cada vez mais necessários os relatos dos meios de comunicação sobre o que acontece nos lugares mais distantes dentro da cidade. É preciso que seus habitantes continuem mantendo vínculo com o seu território.

Canclini configura o quadro atual da comunicação das grandes cidades deduzindo que vivemos em uma sociedade sob a vigilância dos meios de comunicação.

Do passeio do *flâneur* que reunia informações sobre a cidade para depois transferi-las às crônicas literárias e jornalísticas, passamos, em cinquenta anos, ao helicóptero que sobrevoa a cidade e oferece a cada manhã, através da tela do televisor e das vozes do rádio, o panorama de uma megalópole vista em conjunto, sua unidade recomposta por quem vigia e nos informa (CANCLINI, 2002, p.41).

Para o autor os meios que tem a tarefa de descrever e narrar a cidade, por sua vez, redesenham suas estratégias comunicacionais para estabelecerem-se em espaços concretos e mais ou menos delimitados.

Canclini (2002) alega que imaginamos e sabemos sobre a metrópole não pelas limitadas experiências diretas que temos ao viajar por ela, mas sim pelas notícias e reflexões que o olhar “onisciente” da televisão instala nos lares. Ele considera o uso do helicóptero como novo instrumento de divulgação do espaço urbano. “Com o auxílio de helicópteros que percorrem a urbe, com câmeras 'no lugar dos fatos', com convidados que os viveram



diretamente, constrói visões verossímeis que simulam recompor o sentido global da vida cidadã (Canclini, 2002, p. 48)

Temos então o espaço midiático sendo ocupado pelos acontecimentos – que deixam de ser apenas “Acontecimentos Urbanos” para atingir uma massa heterogênea e dispersa. De acordo com Rodrigues, o acontecimento é tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. “Quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se tornar notícia e de integrar assim ao discurso jornalístico” (1993, p.27).

Os acontecimentos, além de ampliados para um público vasto, são difundidos como novos acontecimento. Ele nunca se esgota em si. Para Rodrigues “ao relatar um acontecimento, os media, além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo.” (RODRIGUES, 1993, p. 31)

Alsina considera que o acontecimento é um fenômeno social determinado histórica e culturalmente (ALSINA, 2009, p.115). Ele considera que no centro dos acontecimentos não está apenas a alteração do espaço físico, mas a pessoas que nele fazem parte: “ O acontecimento jornalístico é toda variação comunicada do ecossistema, através da qual seus sujeitos podem se sentir implicados ( ALSINA, 2009, p.139).

No entanto, Charaudeau (2007) considera o potencial que o receptor tem de reelaborar, de forma ampliada, o sentido que o acontecimento transmite, pois o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto, “para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível (CHARAUDEAU, 2007, p. 95).

## **Televisão**

Embora a televisão tenha se consolidado como influente veículo de comunicação de massa com uma linguagem específica, Marques de Melo (2004) argumenta que ao ingressarmos no século XXI, ainda encontramos ambientes de exclusão comunicacional, com o pauperismo cultural das grandes massas. Esses públicos identificados pelo pesquisador



estão, geralmente, distanciados ou foram expulsas das redes educativas formais. “Os maiores contingentes humanos da América Latina se nutrem de conhecimentos efêmeros, fragmentados e superficiais somente propiciados pelas ‘escolas paralelas’ que brotam das redes midiáticas” (2004, p.166).

Dando ênfase maior no fator cultural, para Martín-Barbero e Rey (2001) a televisão é a mídia que mais radicalmente desordena as ideias e os limites do campo da cultura. Para os autores a cultura quando despreendida do espaço local-nacional, perde seu laço orgânico com o território e a língua, que são as bases de seu tecido próprio. A experiência audiovisual também altera o modo de relação com a realidade, transformando a percepção do espaço e do tempo. Essa relação espaço-temporal parece transformar o tempo extensivo da história em tempo intensivo do instantâneo. Mas essa nova temporalidade tem o seu custo, explicam eles, como o tempo de produtos culturais que faz da descontinuidade a chave de sua sintaxe e de sua produtividade (2004, p.36). No entanto, para Martín-Barbero e Rey o que anima o ritmo e compõe a cena televisiva é o fluxo, que funciona como um continuum de imagens, que não faz distinção dos programas e constitui a forma da tela acesa.

Porém, a mediação estratégica introduzida pelo fluxo televisivo remete, acima da experiência estética, aos “novos modos de estar juntos” na cidade, às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo em que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados (2004, p.36)

As características apresentadas aqui, nos remetem a criação de uma cultura do olhar que se estabeleceu com mais firmeza com os meios de comunicação eletrônicos, estando presente em diversos lugares. Machado chama esse fenômeno de hegemonia da imagem eletrônica: “ela está em todo lugar. O fenômeno é múltiplo, variável, imutável, complexo e ocorre numa diversidade infinita de manifestações (Machado, 1993, p. 45). E não está presente apenas no lugar fixo da televisão. A imagem eletrônica se difunde pelo ar de forma imediata e também armazenada em suportes magnético e digital de forma diferida. Ainda para Machado, a imagem eletrônica não está somente na televisão, mas em formato de vídeo, podendo, ainda, acontecer associado a outros instrumentos, a outros materiais ou a outras formas de espetáculo. Segundo o autor ele está presente em “esculturas eletrônicas,



instalações multimídias (...) sem falar de sua progressiva inclusão em eventos até então refratários a qualquer mediação visual, tais como peças de teatro, conferências, comícios e até mesmo espetáculos musicais ao vivo (Machado, 1993, p. 46).

Para Machado a tela mosaicada da televisão representa hoje o local da convergência de todos os novos saberes e das sensibilidades emergentes (1993, p. 48).

O objetivo deste trabalho é analisar a introdução do helicóptero como instrumento de captação diária de notícias, na Tv Itapoan, em Salvador. Entendendo a festa de rua como um acontecimento urbano (Silva, 2007) analisaremos a Festa de Iemanjá, ocorrida no dia 2 de fevereiro de 2011, e a sua cobertura aérea no programa Se Liga Bocão, apresentado por José Eduardo e levado ao ar no horário de 12 às 14h.

### **Metodologia**

A metodologia utilizada procurou aporte na Análise de Imagens em Movimento (Rose, 2003) adaptado para a reportagem televisiva. A análise de Imagens em Movimento, segundo Rose (2003), sugere que o conteúdo seja analisado em diversas etapas. O primeiro passo é a seleção: nessa etapa é importante selecionar o que será analisado utilizando-se de critérios que possa estabelecer o registro deixando de fora o que não prejudique a análise. Para autora (2003, p.348), há pelo menos dois passos para o processo de registro determinado quando e quanto tempo será registrado. Em seguida, é o momento da transcrição, cuja finalidade é gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e uma decodificação, pois esta translada e simplifica a imagem complexa da tela. Nesse momento é importante definir a unidade de análise. Um critério bem simplificado pode ser a mudança de uma cena para outra. À luz dessa escolhas o material deverá ser selecionado, registrado e transcrito. A transcrição é feita em duas colunas. A primeira, na coluna esquerda, deve transcrever os aspectos visuais (códigos icônicos) e a segunda, na coluna direita, é uma transcrição literal do material verbal (códigos lingüísticos). Resumindo, a análise deve contemplar a dimensão visual e a dimensão verbal.

Tabela 1  
Programa Se Liga Bocão/Tv Itapoan – reportagem aérea 02.02.2011







(volta legenda: imagens aéreas do Rio Vermelho)  (fecha imagem no carro de som e movimento de pessoas)	praia do Rio Vermelho. Ai nesta praia tem a colônia dos pescadores, olha a quantidade de gente! Olha a quantidade de gente que se encontra no local! Expectativa é de 80 a 150 mil pessoas, hoje aí na festa do Rio Vermelho. Portanto, muito cuidado! A Polícia Militar avisa pra que você, antes de sair de casa, não leve carteira, não use relógio, porque a vagabundagem está aí para roubar. Muito cuidado, não se exceda no álcool. Imagens aéreas. Agora a gente da um... um... agente dá... um... olha aí, olha aí, já é um carro de som tocando pro povo. Olha o carro de som já tocando pro povo aí!... Começou a festa desde às 10 horas da manhã; trânsito completamente interditado: Ondina, Federação, Cardeal Silva, Eurípedes Matos, Chapada... e a festa já começa, você vendo alto aí... a Bahia vista do alto co mo nosso super helicóptero Tv Itapoan/Rede Record de Televisão. Já, já eu volto com mais imagens; já, já eu volto.
	<b>Duração: 6 minutos e 28 segundo</b>

A primeira reportagem aérea da Tv Itapoan, afiliada da Rede Record de Televisão, tem como marco a festa de Iemanjá, realizada no dia 2 de fevereiro de 2011, no bairro do Rio Vermelho, mostrou com exclusividade, um ângulo diferenciado o acontecimento urbano. Quando o meio urbano chega à condição de cidade espetáculo, a sua imagem passa a ser fragmentada e a televisão é responsável por montar um mosaico a partir dos fatos diários. Quanto maior o espaço e a população de uma cidade, mais difícil fica a coleta de informação para as empresas jornalísticas. A mobilidade do repórter é fundamental para o fluir dos fluxos informativos. Além dos dispositivos móveis que possibilitam imediato contato com a redação dos meios de comunicação, o uso do helicóptero produz um novo gênero de reportagem que requer habilidade especial do repórter, do *flâneur* aéreo, que agora percorre o céu das grandes metrópoles. Na relato inaugural do helicóptero da Tv Itapoan, o repórter não esteve presente, mas o âncora, José Eduardo, produziu uma narrativa de improviso que parece ser a característica principal deste novo gênero de reportagem.

A nova modalidade de reportagem suscita um debate inicial sobre a relação que se estabelece entre o repórter e a rua. Se antes havia a limitação do espaço para que o repórter pudesse apurar determinado acontecimento, agora o serviço aéreo favorece a rapidez na transmissão do relato. Será este tipo de repórter uma atualização do repórter *flâneur* que agora



vaga nas alturas por cidade complexa? A narrativa é modificada quando a dimensão do fato que é a própria cidade é observada com grande ângulo de vigilância? Sabemos que, assim como em outras instituições como a segurança pública, bancos e engenharia de tráfego, que utilizaram primeiramente as potentes lentes de vigilância, o jornalismo também se lança à aventura monitor a cidade como um “Grande Irmão”. A cidade complexa é a cidade vigiada, que requer um novo consumo de informação e uma nova abordagem dos acontecimentos urbanos.

### **Referências bibliográficas**

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis, Vozes, 2009.

BENJAMIN, Walter. **O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov**. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo**. Obras escolhidas, volume III. Trad, José Martins Barbosa, Hermerson Alves Baptista. 1ª edição. São Paulo, Brasiliense, 1994 b.

BOYER, Christine. **The City of Collective Memory**. Londres: MIT Press, 1994.

CANCLINI, Néstor García. **Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação**. Opinião Pública, Campinas, Vol. VIII, nº1, 2002.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Lugar no/do Mundo**. São Paulo, Hucitec, 1996.

COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. **O cinema e a imagem urbana. novas tecnologias e novas especialidades**. IN: Revista Acadêmica de Cinema – Digitagrama. nº 3, primeiro semestre, Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2005

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem de cinema**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande/MS, 2001.



SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. São Paulo:SP, Hicitec, 1997.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**. 2ª ed. Edusp, São Paulo, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesus; REY, Gérman. **Os exercícios do ver – hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. Trad. Jacob Gorender, Editora Senac, São Paulo, 2001.

MARQUES DE MELO, José. **Paradigmas jornalísticos que floresceram precocemente nas Américas: as contribuições de seminários de Robert Parker e Barbosa Lima Sobrinho**. In: Revista da USP, nº 61, março/abril, p. 164-173, São Paulo, 2004.

RODRIGUES, Adriano Duarte Rodrigues. **O acontecimento**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: teorias, questões e histórias**. Lisboa, Vega, 1993.

ROSE, Diana. **Análise de Imagens em Movimento**. In: BAUER, M. W; GASKELL, G (Org.) **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2ª edição. Tradução de Pedrinho A. Guaresch. Petrópolis/RJ, Editora Vozes, 2003. p. 343-364.

SILVA, Leticia Tabachi. **Acontecimento Urbano os escapes na cidade**. Salvador: Universidade Federal da Bahia. Dissertação de Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, 2007.