



O Ethos e a Cenografia da Ciência no Telejornal Edição Nacional¹

Isaltina Maria de Azevedo Mello GOMES²

Tatiana Ferraz de SÁ³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo avalia aspectos qualitativos relacionados à presença da ciência no telejornal Edição Nacional, exibido pela TVE Brasil, no período de setembro a novembro de 2007. As 157 matérias sobre ciência distribuídas em 57 edições do telejornal foram analisadas com base em conceitos utilizados pela Análise do Discurso Francesa. Ao voltarmos nosso olhar para o *ethos* e a *cenografia* presentes nas matérias sobre ciência do Edição Nacional, percebemos que os cientistas aparecem em contextos cênicos peculiares, como laboratórios e bibliotecas, trajando vestimentas características, como jalecos. Essa parece ser uma tentativa do telejornal de, visualmente, caracterizar e diferenciar essas fontes, garantindo-lhes credibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: divulgação científica; TV pública; telejornalismo; discurso.

Introdução

Este trabalho parte do princípio que, atualmente, a divulgação do conhecimento adquirido a partir de pesquisas científicas é uma atividade importante para o desenvolvimento de sociedades democráticas. Entende-se que a produção desenvolvida em universidades e institutos especializados estaria restrita a um pequeno grupo societário, composto pelos pesquisadores, caso os divulgadores da ciência – sejam eles jornalistas ou não – não a popularizassem.

Na sociedade pós-moderna, a informação se torna fator de status e componente fundamental no processo de tomada de decisões. Ciência e tecnologia passam a se desenvolver de forma cada vez mais acelerada, de forma que os efeitos da informação nessas áreas se tornam mais marcantes.

No mundo atual, em rápida transformação com a expansão do processo produtivo industrial, a informação não interessa mais apenas a cientistas e tecnólogos (geradores e usuários de conhecimento). Agora, a informação é um fator fundamental para a própria reprodução do capital, atuando diretamente no sistema produtivo (ARAÚJO 1994 *apud* SIQUEIRA, 1999, p. 24).

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora, Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Recife-PE; e-mail: isaltina@gmail.com.

³ Concluinte de jornalismo da UFPE. Recife-PE; email: mandepratati@yahoo.com.br. Agradece o apoio financeiro para a viagem dado pela Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (Facepe).



É importante não perder de vista que a divulgação do conhecimento, incluindo-se o científico e o tecnológico, está relacionada a poder. Por isso, a democratização da informação é ideológica, dependente das condições econômicas, comerciais e políticas. Sobre esse assunto, Cavalcanti Filho (1994, p. 35) sugere que, no Brasil, “qualquer pesquisa isenta comprovará que quase todos os veículos de comunicação de alcance limitado estão submetidos a forças políticas locais”.

A partir da compreensão de que se vive em uma sociedade na qual a informação ocupa papel central nas decisões e discussões, a televisão ganha destaque, já que é capaz de atingir milhares e até milhões de pessoas. No Brasil, esse veículo se constitui um dos principais meios de informação, especialmente nos lares das camadas mais humildes da população; afinal, como indica Gomes (2008, p. 3), “para ter acesso à programação das TVs abertas, o telespectador não precisa ser alfabetizado ou fazer pagamentos regulares”. Também é importante mencionar o que afirma Carrato (2005, p. 16), tomando como base um levantamento da Indústria da Comunicação no Brasil: “a TV está presente em 95% dos lares brasileiros, ao passo que menos de 10% da população tem acesso aos jornais”.

Considerando-se esse panorama, neste artigo – resultado de uma pesquisa que se preocupa com o papel da divulgação do conhecimento científico no telejornalismo público brasileiro – nosso foco é o telejornal Edição Nacional, transmitido na época da gravação do corpus pela emissora TVE Brasil⁴, hoje integrada à TV Brasil⁵. Aqui analisamos, especialmente, as estratégias discursivas empregadas nas matérias sobre ciência no referido telejornal. Nosso *corpus* foi gravado durante os meses de setembro, outubro e novembro de 2007, de segunda a sexta-feira, perfazendo um total de 57 edições⁶.

⁴ A TVE Brasil iniciou suas operações definitivas em 1977 e, em 2006, era capaz de ser exibida em 38% dos domicílios brasileiros com televisão, de acordo com Milanez (2007).

⁵ A TV Brasil foi fruto do surgimento da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), fusão da Empresa Brasileira de Comunicação (RadioBrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp), que congregava, além da TVE Brasil, um complexo de emissoras de rádio e televisão com cobertura em todo o território nacional. Com a mudança, ocorrida em dezembro de 2007, o Edição Nacional saiu do ar e cedeu espaço para o Repórter Brasil. Este fato, entretanto, não prejudicou a pesquisa, pois a coleta do corpus aconteceu de setembro a novembro, de forma que já havíamos finalizado a captura do corpus antes que o Edição Nacional deixasse de ser exibido.

⁶ Sete das 64 edições gravadas do Edição Nacional (18 e 28 de setembro, 12, 19, 29 e 30 de outubro, além de 21 de novembro de 2007) foram desconsideradas, pois a gravação apresentou baixa qualidade em termos de som e imagem, de forma que se tornou inviável a análise com rigor científico. Além disso, no dia 09 de outubro, o Edição Nacional não foi transmitido.



É importante deixar claro que, neste artigo, nosso olhar se voltou especialmente para a cenografia e o ethos (MAINGUENEAU, 2001; 2006). Observamos as vestimentas e os cenários em que especialistas eram enquadrados, a escolha de seus argumentos, o tom de voz empregado, os verbos utilizados pelos jornalistas para dar credibilidade ou pôr em dúvida as afirmações dos especialistas e a diferença entre os discursos de fontes especialistas, fontes oficiais e testemunhas. As estratégias para captar e atrair o telespectador também foram alvo da nossa observação.

A Popularização da Ciência

Para compreender melhor como a ciência é divulgada, é importante fazer a diferenciação entre os termos “difusão científica”, “disseminação científica”, “divulgação científica” e mesmo “jornalismo científico”, entendidos no senso comum como sinônimos, mas adquirindo significados próprios no estudo da comunicação.

Bueno (1984 *apud* GOMES, 2000), cuja perspectiva é adotada neste *paper*, compreende a difusão científica como o processo mais abrangente de todos, chegando a envolver os demais conceitos. Para o autor, a difusão engloba quaisquer recursos utilizados para a veiculação de informações científicas e tecnológicas, desde os periódicos especializados e as reuniões científicas até o cinema dito científico e os chamados colégios invisíveis – canais informais de comunicação científica e tecnológica. A disseminação científica, por sua vez, “pressupõe a transferência de informações científicas e tecnológicas, transcritas em códigos especializados, a um público seletivo, formado por especialistas” (BUENO, 1984 *apud* GOMES, 2000, p. 5). Essa transferência pode acontecer entre especialistas de uma mesma área ou de áreas conexas (intrapares), de forma que a disseminação tem um público especializado, conteúdo específico e código fechado, ou entre especialistas de diferentes domínios (extrapares), como acontece em um curso de energia alternativa destinado a geólogos, físicos, químicos e engenheiros.

Já a divulgação científica tem como alvo um público universal, formado tanto por especialistas quanto por não-especialistas, de forma que, para tornar a comunicação eficaz, as mensagens precisam ser elaboradas em linguagem de fácil compreensão. É importante salientar que a divulgação científica não se restringe à veiculação de informações de ciência e tecnologia por jornalistas, através da imprensa. Para este caso, há uma terminologia específica: jornalismo científico. Na visão de Bueno (1984 *apud*



GOMES, 2000), a divulgação científica inclui, além de veículos midiáticos, livros didáticos, aulas de ciência e histórias em quadrinhos, entre outros.

Apesar de considerarmos que existem inúmeros meios para se divulgar o conhecimento científico, nosso trabalho lança seu foco na popularização ou vulgarização da ciência⁷ por meio da televisão. Sobre esse assunto, Pretto (1993 *apud* SIQUEIRA, 1999) atesta que, no Brasil, a preocupação das redes de televisão com a divulgação da ciência é relativamente recente (início da década de 70). Segundo esse autor, as primeiras matérias veiculadas, exibidas pela Rede Globo de Televisão, abordavam especialmente o desenvolvimento da ciência em países desenvolvidos.

No processo de divulgação científica pela mídia, a relação entre cientistas e jornalistas costuma ser marcada por choques e conflitos; afinal, os dois grupos atuam sob regras diferentes e possuem objetivos distintos. De acordo com Ivanissevich (2005), a ciência trabalha a passos lentos e complexos, com uma metodologia própria, marcada pela precisão. Enquanto isso, jornalistas precisam ser ágeis e até generalistas, traduzindo em uma nota de 40 segundos um conteúdo que especialistas estudaram por anos. Esses conflitos explicam em parte porque, apesar de a indústria de televisão brasileira ter se tornado um negócio importante, não há a tradição de se produzir e veicular programas dedicados a assuntos de ciência e tecnologia nas emissoras de canal aberto. Andrade (2004, p. 122) verifica que

Mesmo fora do horário nobre [...], houve nos últimos anos um sistemático desaparecimento dos programas especializados em ciência e tecnologia na televisão brasileira. Os poucos programas de divulgação científica ainda transmitidos pelas emissoras de TV aberta estão relegados a horários periféricos, de baixa visibilidade e, portanto, sem condições de conquistar amplas parcelas de audiência..

Embora não haja uma tradição de programas televisivos dedicados à ciência e à tecnologia, o telejornal, gênero televisivo que tem a característica de reportar diariamente fatos que ocorrem na sociedade, reserva sempre algum espaço para esse tipo de informação. Para Andrade (2004, p. 122), “a informação jornalística sobre ciência e tecnologia na televisão praticamente se resume às matérias produzidas e exibidas pelos telejornais diários”. Esta é mais uma razão para o fato de nossa preocupação estar voltada para a ciência no telejornalismo brasileiro.

⁷ Neste trabalho utilizamos as expressões “popularização da ciência” e “vulgarização da ciência” como sinônimas de “divulgação científica”.



A Televisão Pública no Brasil

A ideia de democratização da televisão e a busca de uma visão independente na veiculação da notícia estão associadas à produção das emissoras das redes públicas de televisão, que, por definição, possuem autonomia política e financeira para a produção de uma programação com ênfase na educação, cultura e cidadania.

Na avaliação de Carrato (2005), os mais conhecidos exemplos de modelos de TV pública no mundo são o da inglesa BBC, o da norte-americana PBS e o da japonesa NHK, todas financiadas com o dinheiro do contribuinte e conhecidas por evitar o cerceamento da programação por parte dos governos dos respectivos países. Para a autora,

no Brasil, [...], é impossível se dizer o mesmo. Em maior ou menor grau, todas as emissoras educativas e culturais, aqui incluindo-se a TV Cultura, a TVE Brasil (RJ) e as emissoras de TV da Radiobrás, enfrentaram e ainda enfrentam problemas com os governos que as controlam (CARRATO, 2005, p. 3).

TV pública não é o mesmo que TV estatal, embora, de acordo com Nazareno (2007), não haja essa diferenciação na legislação brasileira. Milanez (2007) argumenta que a TV pública não pertence aos governos que passam, mas aos cidadãos, através do pagamento de impostos. Portanto, por meio dos órgãos da sociedade civil, a população tem o direito de controlar seu funcionamento e sua programação. Uma emissora pública conta com orçamento próprio, definido por lei, e não deve ser utilizada como um prolongamento da Comunicação Social da Presidência.

Pode-se afirmar que, depois de cerca de quatro décadas de vida (a maior parte dessas TVs surgiram na segunda metade dos anos sessenta), há um padrão de atitudes que traça uma lógica de funcionamento das TVs públicas diferenciada da adotada pelas comerciais, orientadas ao lucro e a conquistas políticas em benefício próprio. Apesar de não haver um código de ética específico das TVs públicas, a TV Cultura elaborou o manual *Jornalismo público: guia de princípios*, para servir de referência para si e para as demais emissoras integrantes da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec)⁸, uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos.

De maneira geral, a programação das emissoras públicas dá prioridade à divulgação do conhecimento, da educação, da cultura e do lazer. Seus telejornais buscam promover um jornalismo voltado à promoção da cidadania, respeitando-a

⁸ www.abepec.com.br.



através da divulgação de notícias pluralistas, informativas e pedagógicas, do incentivo ao debate e da manutenção de um canal de comunicação com o público.

As TVs públicas, no entanto, ainda penam na tentativa de realizar sua missão e, muitas vezes, até de sobreviver. O que ocorre, em muitos casos, é que os fundos não são suficientes para o investimento em recursos humanos e em tecnologia, o que, com o passar dos anos, gerou o abismo que separa uma TV comercial brasileira com tecnologia de ponta de um modelo de TV pública nacional que não consegue acompanhar as inovações, com equipamentos deficientes, qualidade técnica comprometida e abrangência de cobertura limitada. Há limitações legais para a divulgação de publicidade neste tipo de emissora, que depende unicamente do poder público e de apoios culturais, junto à iniciativa privada, para patrocínios e veiculação de campanhas institucionais.

Edição Nacional e Ciência: o Ethos e as Relações Discursivas

A Análise do Discurso Francesa (AD) parte do princípio que um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso, no qual a fala é encenada. O discurso utiliza elementos linguísticos para ter materialidade, mas é exterior à língua, encontra-se no social. A AD considera os elementos ideológicos existentes nas palavras e nos pronunciamentos. Em situações de debate, por exemplo, as posições contrastantes revelam lugares sócio-ideológicos assumidos pelos sujeitos envolvidos, os quais se utilizam da linguagem para dar materialidade a esses lugares.

Em um texto escrito ou numa interação oral, toda fala procede de um enunciador encarnado, na perspectiva da AD. Um texto é sustentado por uma voz, por um corpo, que não precisa, efetivamente, ser um corpo físico, mas apenas uma representação dele. Para introduzir essa discussão, Maingueneau (2001; 2006) lança mão do conceito de ethos discursivo, através do qual, em uma enunciação, revela-se a personalidade do enunciador.

Para Barthes (1966 *apud* MAINGUENEAU, 2001, p. 98), a característica essencial do ethos “são os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: são os ares que assume ao se apresentar. [...] O orador enuncia uma informação e, ao mesmo tempo diz: eu sou isto, eu não sou aquilo”. Desse modo, o discurso não instrui apenas por argumentos; o ethos implica uma experiência sensível por parte do co-enunciador.



Segundo Maingueneau (2001), as ideias transmitidas em uma enunciação são apresentadas por meio de uma maneira de dizer que implica uma maneira de ser. Assim, o poder de persuasão de um discurso consiste em levar o leitor ou o telespectador a se identificar com a corporalidade e com o caráter de um corpo investido de valores socialmente especificados. Aqui, nosso propósito é verificar como se apresenta a maneira de ser do cientista, a partir de sua maneira de dizer, da escolha das palavras e dos argumentos, de sua vestimenta, do tom de voz.

Não raro, as matérias sobre ciência presentes na Edição Nacional recorrem à figura do cientista ou do especialista para fazer análises ou dar opiniões sobre os variados temas abordados. Para Maingueneau (2006), é natural que o jornalista, ao relatar determinado problema social, recorra à autoridade do intelectual ou do filósofo.

Nas matérias sobre ciência, a credibilidade do cientista é garantida não apenas pelo título de pesquisador ou especialista que este carrega. Junto ao título, são associados diversos valores, que compõem o ethos discursivo e são transmitidos através da criação de uma imagem que, em televisão, não pode ser ignorada. Assim, o pesquisador frequentemente aparece em cena com uma vestimenta característica, especialmente jaleco, quando se trata de especialistas da área de Saúde.

Em matéria sobre um programa de saúde auditiva, o repórter ouve uma otorrinolaringologista (Figura 1) e uma diretora de unidade de saúde (Figura 2). O cenário de fala de ambas é basicamente o mesmo: um corredor de paredes brancas, com uma porta ao fundo. A diferença entre elas, no entanto, está na vestimenta. Enquanto a diretora usa uma roupa comum a qualquer profissional no cotidiano, a médica veste uma bata, o que a diferencia, diante do telespectador, de outras fontes.



Figura 1 – Otorrinolaringologista. Edição do dia 13/09/2007



Figura 2 – Diretora de unidade de saúde. Edição do dia 13/09/2007

Além do uso recorrente de vestimentas características de uma profissão, a reportagem do Edição Nacional escolhe cenários que representam mais do que apenas panos de fundo. Os mais comuns são laboratórios, bibliotecas (Figura 3) ou salas com computadores (Figura 4), que criam a ideia de que mais que uma pessoa “comum”, quem fala é um pesquisador, um estudioso.



Figura 3 – Pesquisadora da USP e socióloga. Edição do dia 05/10/2007



Figura 4 – Professor de zootecnia da UFLA (MG). Edição do dia 19/11/2007

Para reforçar a credibilidade dos cientistas e pesquisadores, a reportagem costuma dar à ciência um status elevado. Ao se referir a pesquisas científicas, repórteres e apresentadoras costumam utilizar verbos que denotam confiabilidade, garantia de sucesso. Na matéria do dia 02 de novembro sobre o fortalecimento da relação entre mãe e filho na gestação através da música, a apresentadora começa: “A música fortalece a relação entre mães e bebês. É o que *comprova* exames realizados no hospital da Universidade de Brasília”. Já em matéria do dia 12 de setembro, sobre o uso de tecnologia na formação das crianças, a repórter apresenta um educador, especialista com 27 anos de experiência em educação, 14 deles com crianças. Ele *garante* que as novas tecnologias não prejudicam o desenvolvimento da criança se houver moderação no uso. De acordo com Gomes (2000, p. 192), “garantir” é um verbo indicador de força do



argumento, usado para estruturar a fala.

Em reportagem do dia 08 de outubro, sobre um novo estilo de família da atualidade, com apenas um filho por casal, os resultados de uma pesquisa são vistos como infalíveis quando o repórter diz que dados do IBGE *confirmam* que o número de bebês por mulher despencou nos últimos 60 anos. Estudos científicos, no entanto, nem sempre são vistos no Edição Nacional como incontestáveis. Em matéria do dia 06 de setembro, logo na cabeça⁹, é dito que os cientistas *afirmam* que um asteróide se chocou com a Terra na época do desaparecimento dos dinossauros. Ao mesmo tempo, a apresentadora coloca em dúvida a afirmação. Ela não diz que o choque foi a causa da extinção desses animais, e sim que os cientistas afirmam que o choque *teria sido* a causa, no futuro do pretérito – como comumente jornalistas escrevem para entender que a afirmação é na verdade uma possibilidade, e não uma certeza.

No Edição Nacional, também é comum usar o resultado de pesquisas e a opinião de especialistas para fazer um alerta à população ou a determinada classe profissional. Em matéria do dia 14 de novembro, sobre a influência do surgimento de um novo foco de gripe aviária nas exportações de frango, especialistas *alertam* que todo cuidado deve ser tomado pelos produtores.

Em outros casos, o alerta dos especialistas serve justamente para dar uma reviravolta à matéria. Nestes momentos, o cientista mostra outra versão para determinado fenômeno, o que é positivo em matérias jornalísticas que buscam a imparcialidade e a apresentação de diferentes lados de um mesmo fato. Em matéria do dia 12 de novembro, é apresentado um novo serviço dos Correios, chamado de protocolo postal, que visa “facilitar a vida de muita gente”. Depois de apresentar diversas vantagens da novidade, a reportagem mostra que ela tem limitações. “Mesmo sendo mais barato e seguro, este advogado *alerta* que o protocolo postal não significa que os processos vão ficar mais rápidos”, diz a repórter.

A figura do especialista como uma pessoa com competência suficiente para fazer análises, afirmações e alertas aparece como um diferencial do telejornal, que busca mais do que o simples relato dos fatos. A recorrência aos especialistas se baseia na ideia de que, na sociedade contemporânea, a ciência possui autoridade perante o público. Sobre esse assunto, Ivanissevich (2005, p. 26) relata que

⁹ A cabeça ou abertura é o texto preparado pelo editor e lido pelo apresentador para introduzir a matéria, de forma a indicar o tema a ser abordado e estimular o interesse do telespectador.



a confiança popular se apoia em uma cultura que concebe a ciência como forma de conhecimento do mundo natural, que permite prever, calcular, programar e demonstrar eventos com objetividade e precisão. Esse é o modelo de conhecimento que mais influenciou o século passado. (...) Pode-se dizer com segurança que o público, em geral, respeita a autoridade científica e reverencia seus feitos.

Os cientistas também parecem ocupar a função de fontes imparciais, na medida em que são externos ao governo e a instituições que, a depender de cada tema abordado, poderiam estar comprometidas com o assunto. Essa questão da suposta imparcialidade do especialista fica clara em matéria do dia 12 de novembro, sobre uma proposta de emenda à constituição que seria votada na Câmara dos Deputados para definir o número de vereadores, com o objetivo de reduzir os gastos nas Câmaras Municipais. A matéria traz a opinião de um deputado que defende a proposta e de outro que propõe que municípios menores tenham uma quantidade mínima de vereadores. O especialista – um cientista político da UnB – aparece em ambiente neutro (parede branca ao fundo) justamente para se contrapor ao segundo político, como uma fonte que está fora do âmbito do governo.

Eu sou contrário a qualquer tipo de modificação que venha a causar um aumento do número de vereadores, principalmente nas menores cidades do país, que geraria um sobrearregamento do orçamento e uma dificuldade desses municípios em seus investimentos em educação, saúde, enfim. (sic)

O tom de voz utilizado pelos cientistas não se diferencia substancialmente do das fontes oficiais, mas costuma ser mais sério e formal que o de fontes testemunhais. Com relação à escolha de argumentos, percebem-se diferenças significativas entre as fontes oficiais e especialistas. Aquelas costumam falar de procedimentos administrativos ou fazer defesas e acusações. É o caso da fala do então secretário da Receita Federal na edição do dia 06 de setembro, em matéria sobre a possível prorrogação da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF):

A sua extinção vai acarretar prejuízos, ou na alocação de receita, teremos que fazer essa receita sobre outra forma. Passa a preocupação se essa forma ser feita por tributos com maior grau de vulnerabilidade. Se é pra reduzir algum tributo, vamos examinar qual o tributo mais adequado para efetuar a redução, qual o tributo que causa mais dano para a economia. (sic)

Já os especialistas procuram trazer explicações científicas e análises, muitas vezes ilustradas por exemplos. Na mesma matéria sobre a CPMF, um economista defende a continuidade da cobrança, mas com ponderações, e procura explicá-las:



Primeiramente com um contingenciamento do gasto público. Porque do jeito que está, crescendo como estão crescendo os gastos públicos e havendo a não prorrogação da CPMF, é um desastre fiscal inevitável. Do outro lado, um outro programa que é um programa de contingenciamento da pressão fiscal. Ou seja, não aumentar nem alíquota nem base de cálculo, nem de tributo, nem de contribuições da União, dos Estados ou dos municípios, durante um período de pelo menos oito anos. (sic)

Edição Nacional e Ciência: a Cenografia

Por meio do ethos, o co-enunciador é convocado a um tempo e a um lugar e inscrito em determinada cena de enunciação, a qual reveste o enunciado de certo sentido diante do co-enunciador. Este é confrontado especialmente com um dos três aspectos desta cena: a cenografia. Em um sermão ou em uma propaganda, o enunciado pode ser proferido de distintas formas. Ele pode ser construído através de uma cenografia professoral, profética ou como uma conversa entre amigas, por exemplo.

A cenografia não deve ser interpretada como um cenário ou uma simples cena física, um quadro estável no interior do qual se desenrola a enunciação. Ela é, ao mesmo, dada e construída; é inseparável do conteúdo proposto. Maingueneau (2006, p.67-68) define que cenografia é “a cena de fala que o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que, por sua vez, deve validar através de sua própria enunciação: qualquer discurso, por seu próprio desenvolvimento, pretende instituir a situação de enunciação que o torna pertinente”. O discurso implica, além da existência de coenunciadores, um lugar e um momento de enunciação.

Em cada situação, a forma escolhida pelo enunciador para proferir um discurso é usada como uma espécie de cilada para captar o leitor ou o telespectador, que recebe o texto inicialmente de uma forma quando, depois de olhar de forma mais profunda, pode enxergá-lo de outra forma. A ocorrência dessas “ciladas” pode ser exemplificada com propagandas televisivas. Um comercial de pasta de dentes que mostre uma dentista explicando os benefícios do produto capta o telespectador através de uma descrição científica ou de uma consulta odontológica. Depois, o telespectador percebe que se trata “apenas” de uma propaganda. Essa é a cilada construída pelos enunciadores.

Em nossa análise, procuramos observar também os recursos utilizados pelo Edição Nacional para instituir um tempo e um lugar de enunciação e, assim, captar a atenção do telespectador.



Para construir a cenografia de uma matéria jornalística no Edição Nacional, dois dos principais recursos empregados pelo telejornal são a intertextualidade e a contraposição entre passado e presente. Neste artigo, mostramos por meio de exemplos retirados do corpus da pesquisa como esses recursos são empregados. Em comum entre eles, está a característica de utilizar recursos visuais, sonoros ou textuais para situar o telespectador em determinado tempo e lugar, de forma a familiarizá-lo com a temática e despertar seu interesse.

A Intertextualidade

Uma nota coberta¹⁰ do dia 14 de novembro divulga as primeiras imagens da Terra em alta definição. Abaixo, está a transcrição da matéria, com tempo de duração de 49 segundos, incluindo a cabeça.

E agora você vai ver as primeiras imagens da Terra em alta definição. As imagens foram captadas por uma sonda espacial japonesa a 380 mil quilômetros de distância da Terra. A sonda Selene é equipada com uma câmera de alta definição e registrou as imagens quando passava sobre o pólo sul da Lua, por isso o planeta é visto de cabeça para baixo. A Austrália, por exemplo, parece estar no Hemisfério Norte. A missão espacial custou 480 milhões de dólares e foi parcialmente financiada pela iniciativa privada.

Nessa nota, a combinação texto + som + imagem assume papel relevante para a compreensão do tema. No texto, são fornecidas as informações mais técnicas da missão espacial japonesa; no visual, o telespectador se sente parte da missão, pois tem o privilégio de conferir as primeiras imagens da Terra em alta definição; o som contribui para criar o clima de que se trata de uma grande inovação ou descoberta. É neste ponto, precisamente, que entra a intertextualidade: a música utilizada é trilha sonora de introdução do filme *2001: uma Odisséia no Espaço* (1968, direção de Stanley Kubrick).

As primeiras cenas do filme se assemelham às imagens da Terra em alta definição veiculadas pelo telejornal. Em *2001: uma Odisséia no Espaço*, são mostrados planetas movimentando-se lentamente e alinhando-se com o Sol. Na nota coberta, aparecem imagens da Terra, com astros ao redor.

Kubrick retrata a evolução biológica e tecnológica do ser humano, mostrando inicialmente os “homens-macaco” dos tempos pré-históricos e posteriormente o que,

¹⁰ Notas cobertas são matérias jornalísticas em que o fato é narrado pelo apresentador em off, com imagens do acontecimento para ilustrar o que é relatado. Geralmente são curtas (duram menos de um minuto) e têm a vantagem de dispor de informações visuais relativas ao fato, o que permite uma cobertura mais detalhada em relação às notas simples ou peladas (sem imagens).



imagina, acontecerá no século XXI, com o homem em missões espaciais. A trilha sonora de introdução se repete quando o filme retrata a descoberta por um dos ancestrais do ser humano de que os ossos de carcaças de animais poderiam ser usados como instrumentos de luta. Trata-se de uma das primeiras conquistas da espécie.

Assim, a matéria cria o clima de que a captação e a exibição das imagens da Terra em alta definição são um grande passo da humanidade, relacionando o material jornalístico a um filme consagrado, posto em discussão em escolas e rodas de diálogo mesmo após mais de 40 anos do lançamento. Ao utilizar a trilha sonora de um filme conhecido por gerações, a equipe de reportagem busca atrair e captar o telespectador, como se quisesse capturá-lo em uma cilada, já que ele se imagina assistindo ao filme e, ao mesmo tempo, percebe se tratar de uma nota jornalística.

Além da música e do simples fato de o jornal destinar parte do seu tempo para fazer a transmissão, a apresentadora usa tom de voz animador quando anuncia a novidade e até inclui o telespectador na empreitada: “E agora você vai ver as primeiras imagens da Terra em alta definição”. Acompanhando esta fala, há no rosto dela um largo sorriso, algo incomum no Edição Nacional, que reserva à apresentadora o papel de relatar os fatos, sem trazer opiniões explícitas.

A Contraposição Passado X Presente

Uma matéria exibida no dia 10 de setembro foca na sobrevivência de profissões tradicionais em um mundo marcado pelo surgimento e desenvolvimento de novas tecnologias. O contraponto tradição X modernidade é o eixo que norteia toda a reportagem¹¹, através do jogo de palavras, da música e de imagens características de cada época vivida. Diz a cabeça: “Num mundo onde as novas tecnologias fazem cada vez mais parte do cotidiano, profissionais de ofícios tradicionais mostram que ainda é possível sobreviver e conviver com a modernidade.”

Logo no início da reportagem, a imagem mostra um papel com texto escrito à mão, em letra rebuscada e usada em convites de casamento, “como nos velhos tempos”, diz o repórter. A trilha sonora lembra músicas de época, para criar o tom de que se trata de um ofício tradicional – a caligrafia. Em seguida, a reportagem mostra um computador, no mesmo ambiente das primeiras imagens. Os “velhos tempos” são contrapostos à “era do computador”, na fala do repórter: “na era do computador, com

¹¹ As reportagens, são as matérias jornalísticas que tratam do relato mais completo de um fato. Elas são mais produzidas e também recebem a denominação de VT (videotape), uma vez que já passaram pelo processo de edição e estão gravadas em fitas para rodarem logo após serem introduzidas pelo apresentador.



milhares de tipos de letras e onde tudo pode ser impresso, dona Ruth continua assim, desenhando letra bonita.”

Ao longo de toda a matéria, que foca nos personagens – uma calígrafa, um lanterninha, uma ascensorista –, a cena de enunciação é trabalhada justamente para criar o contraste entre o moderno e o tradicional. Para falar deste, são usadas expressões como “velhos tempos” e “à moda antiga”, além de fotografias e panfletos em preto e branco, que revelam lanterninhas no passado e a época do cinema mudo. Para falar dos “tempos modernos”, como cita o próprio repórter, são usados computadores, gráficos, imagens de “elevadores modernos”. Esses recursos funcionam para fazer o telespectador se sentir parte de cada um dos tempos mencionados.

Para fechar a matéria mostrando como o novo e o antigo convivem nos dias atuais, um sociólogo da IUPERJ opina que, hoje, volta-se a valorizar características tradicionais. “Tem certas profissões que são artesanais. A gente vai continuar tendo um sapateiro, porque tem poucos sapateiros no Rio e tem uma demanda grande para eles. O calígrafo é um profissional que tem um nicho de mercado muito específico, por exemplo, a coisa dos convites de casamento. Então, hoje, é uma celebração que tá muito valorizada de novo, as pessoas estão fazendo de novo casamentos à moda antiga. (sic)”

Conclusão

Ao voltarmos nosso olhar para o ethos presente nas matérias sobre ciência do Edição Nacional, observamos que os cientistas aparecem em contextos cênicos peculiares, como laboratórios, bibliotecas ou salas com computador, trajando vestimentas características, como jalecos. Essa parece ser uma tentativa do telejornal de, visualmente, caracterizar e diferenciar essas fontes, garantindo-lhes credibilidade. A autoridade dada aos cientistas também pode ser verificada no uso dos verbos: especialistas garantem, confirmam, comprovam. Em poucas matérias, a afirmação dos cientistas é posta em dúvida.

O Edição Nacional não se limita a relatar dados de forma isolada; em muitos casos, a apresentação de fatos vem acompanhada da análise do fenômeno por parte de um especialista, o que permite o aprofundamento do tema. Discursivamente, as fontes especialistas e as fontes oficiais se diferenciam, pois estas optam por apresentar argumentos mais defensivos ou fazer acusações, ou mesmo se limitam a explicar procedimentos burocráticos. Já os cientistas procuram analisar o fenômeno e explicá-lo,



seja por conceituação ou por exemplificação. São vistos, nesse sentido, como fontes “imparciais”, pois se encontram fora do governo ou de instituições que estariam diretamente envolvidas no tema abordado.

Ao apresentar matérias sobre ciência, o Edição Nacional costuma recorrer a recursos como a intertextualidade (através da exibição da trilha sonora de um filme, por exemplo) e a contraposição entre passado e presente (ao apresentar ícones representativos do tradicional e do moderno). Em ambos os casos, eles servem para construir a cenografia das respectivas matérias telejornalísticas e captar o telespectador, levando-o a se familiarizar com um tempo e um lugar característicos.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, L. V. B.. *Iguarias na hora do jantar: o espaço da ciência no telejornalismo diário*. Rio de Janeiro: ICB/UFRJ, 2004.

CARRATO, A. *A TV pública e seus inimigos*. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/AngelaCarrato.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2006.

CAVALCANTI FILHO, J. P. E Lord Jones morreu – discurso por controles democráticos ao poder dos meios de comunicação. In: CAVALCANTI FILHO, J. P. (Org.). *Informação e poder*. Rio de Janeiro: Record, 1994. p. 27-63.

GOMES, I. M. A. M. *A divulgação científica em Ciência Hoje: características discursivo textuais*. Recife: UFPE, 2000.

_____. *A divulgação científica no telejornalismo brasileiro: estudo comparativo entre a TV pública e a TV comercial*. Recife: UFPE, 2008.

IVANISSEVICH, A. A mídia como intérprete. In: VILAS BOAS, Sérgio (Org.). *Formação e informação científica: jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus, 2005.

MAINGUENEAU, D. *Cenas da Enunciação*. Curitiba: Criar, 2006.

_____. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MILANEZ, L. *TVE: cenas de uma história*. Rio de Janeiro: ACERO, 2007.

NAZARENO, C. *A implantação da TV pública no Brasil*. Brasília: Câmara dos Deputados, 2007. Disponível em: <www.direitoacomunicacao.org.br/novo/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=324>. Acesso em: 06 de junho de 2009.

SIQUEIRA, D. C. O. *A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo*. São Paulo: Annablume, 1999.