

Aspectos da relação interindividual na construção do *ethos* profissional dos jornalistas na TV Mackenzie¹

José Dirceu Campos Góes²
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Resumo

Este artigo se propõe a analisar aspectos constituintes do *ethos* jornalístico dos profissionais envolvidos na produção do programa “A gente Explica”, da TV Mackenzie, transmitido enquanto produto de jornalismo científico através no Canal Universitário de São Paulo. Os conceitos teóricos são provenientes da fenomenologia de Alfred Schutz, contidos na obra “O problema da Realidade Social”, 2003, da relação interindividual proposta por Mikhail Bakhtin em “Marxismo e Filosofia da Linguagem” (1995), além da “Análise de Textos de Comunicação”, 2001, e “Gêneses dos Discursos”, 2008, de Dominique Maingueneau. Portanto, a intersubjetividade e a relação interindividual dos jornalistas são componentes do *ethos* profissional da categoria, que quando em excesso pode comprometer os fundamentos do jornalismo científico na sua concepção mais elementar.

Palavras-chave: Relação interindividual; *ethos* jornalístico; jornalismo científico; televisão universitária.

INTRODUÇÃO

Os dirigentes da Associação Brasileira de Televisões Universitárias (ABTU) entendem que este ramo da comunicação pode sustentar o conceito segundo o qual a “televisão universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo e internet), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania” (MAGALHÃES, 2002, p.15). Um processo de produção onde geralmente estão envolvidos de profissionais de Rádio e Televisão, de Jornalismo, além de técnicos, estudantes e professores das universidades.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Mestre em Jornalismo - UFSC; doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; Professor da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

Enquanto campo discursivo, ou seja, um conjunto de formações discursivas em concorrência que “inclui tanto o confronto aberto quanto a aliança, a neutralidade aparente, etc” (MAINGUENEAU, P.34, 2008) as televisões universitárias foram reconhecidas através da Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995, posteriormente regulamentada em 14 de abril de 1997. Este é considerado o marco regulatório de televisão por assinatura no país, através do qual se instituiu o “Serviço de TV por Cabo”, resultante, à época, de acalorados debates e “intensas disputas que ocorreram na sociedade brasileira no início dos anos 1990” (LIMA, 2011, p.139). Na emersão do processo de participação popular na vida nacional que tipificou aquele período da história brasileira, “com câmeras VHS em mãos, os mais heterogêneos grupos sociais – de deficientes mentais a índios aldeados, de moradores de periferias urbanas a militantes camponeses – passam a produzir um novo imaginário, que contesta o monolitismo da cultura televisiva comercial” (PRIOLLI, 2000, p.21).

Logo após a regulamentação da “Lei de TV a Cabo”, reuniões promovidas entre o reitor Cláudio Lembo, da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e o jornalista Gabriel Priolli, professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, viabilizaram a criação do Canal Universitário de São Paulo (CNU), implantado em 10 de novembro de 1997. A iniciativa visava promover “a educação, pesquisa e extensão universitária [...] bem como [...] o desenvolvimento do indivíduo, seu preparo para o exercício da cidadania, o fácil acesso às informações e sua qualificação para o trabalho” (DE THOMAZ, 2007, p.14).

Desde o início ficou definido entre os reitores das universidades associadas que a transmissão se daria por um mesmo sinal, “mas a produção, a programação e a captação de recursos de custeio ficariam a cargo das mantenedoras das TVs integrantes do condomínio. O conceito básico do CNU, portanto, é o de antena coletiva, daí ter sido nomeado Canal Universitário e não TV Universitária”, conforme explicação do professor Daniel De Thomaz (2007, p.15).

Ou seja, cada universidade decide sobre os conteúdos que pretendem oferecer ao público, o formato dos programas e o custeio dos meios técnicos e financeiros para viabilizá-los. As televisões produzem em média duas horas e meia de programação

inédita por semana, composta principalmente por documentários, entrevistas e debates em estúdio, além de revistas telejornalísticas com reportagens externas (Góes, 2013). Cada programa tem a duração de 28 minutos, sendo exibidos em horários alternados de cinco a seis vezes ao dia, durante uma semana, na grade de programação do Canal Universitário de São Paulo.

Ao se pensar numa semântica global (MAINGUNEAU, 2008), os temas nas televisões universitárias abrangem desde a prestação de serviços na área de Medicina, reflexões religiosas, pesquisas científicas em andamento, projetos de extensão comunitária, perfis de professores ou personalidades culturais de destaque até dissertações de mestrado, teses de doutorado e relatórios acadêmicos de pós-doutorado. A exibição de tal temática serve de vitrine para as atividades de graduação, pesquisa e extensão das universidades mantenedoras. No CNU, os discursos televisivos são endereçados para um público presumido acima dos 35 anos de idade, com poder de compra suficiente para adquirir informações e entretenimento através de canais de televisão por assinatura (DE THOMAZ, 2007).

Dentre os programas transmitidos pelo Canal Universitário de São Paulo, escolheu-se para análise neste artigo aquele que responde pelo título “A gente Explica”, da TV Mackenzie, identificado pelos seus próprios idealizadores como um produto televisivo tipicamente de jornalismo sobre ciências. O programa foi coletado como material de dissertação em 2012. Trata-se de uma longa reportagem que exalta notadamente o uso de aparelhos tecnológicos considerados ultrapassados como fonte de prazer para pessoas diversas, mesclando textos em “off”, entrevistas com professores e estudantes da universidade, intervenções de personagem de ficção e falas de pessoas externas à Instituição.

Na presente reflexão, os objetivos se voltam para identificar características da intersubjetividade (Schutz, 2003) e das relações interindividuais (Bakhtin, 1995), que modulam as ações dos profissionais envolvidos no processo de produção do programa de jornalismo científico, notadamente quando da tessitura da trama social que estabelecem para escalar a participação de entrevistados e dar forma ao conteúdo dos enunciados endereçados ao público, além de delinear os aspectos marcantes que

compõem a construção diária do *ethos* jornalístico dos profissionais do “A Gente Explica”.

Por *Jornalismo Científico* ou *Jornalismo sobre Ciências* aqui se entende como a especialização informativa voltada para a cobertura dos acontecimentos ocorridos em eventos científicos, em laboratórios de pesquisa privados ou de universidades públicas, cuja divulgação se dá através dos jornais impressos, das rádios, televisões e meios de comunicação na plataforma digital. As rotinas habituais aos processos de produção desta especialidade são os mesmos para o jornalismo de maneira em geral. Conforme definido pelo professor Wilson Bueno (2011), a construção do Jornalismo Científico está em equivalência com o perfil, a trajetória, a história de vida e a percepção dos repórteres e editores, bem como com a proposta editorial das organizações por onde é veiculado.

Nesse aspecto, é de se pressupor que os participantes do processo de construção jornalística comunguem da reciprocidade de perspectivas e da mesma orientação de desempenho profissional, isto é, que a escolha dos acontecimentos sociais passíveis de cobertura; a estratégia de acesso às fontes de informação; e o manejo técnico de elaboração da narrativa dos fatos; estejam intersubjetivamente disponíveis e sejam mais ou menos iguais para todos os membros da equipe durante uma jornada de trabalho. De acordo com um dos recortes primordiais da definição de intersubjetividade atribuída a Alfred Shutz (2003), no decorrer do processo de produção telejornalístico:

[...] la relacion “cara a cara” es fundamental para todas as demás estructuras de relacionabilidad social. Quando me encuentro cara a cara com asociados, comparto una comunidade de espacio a nuestro alcance em la qual interpreto los atos del outro, pero tambien una comunidade temporal. Os asociados tomam parte em um fluir temporal continuo, demarcado por limites espaciales comunes (SHUTZ, 2003, p 21).

Essa intersubjetividade “cara a cara”, que no ambiente jornalístico pontua de perto o saber reconhecer, proceder e narrar os acontecimentos do cotidiano (Traquina, 2005), desencadeia, portanto, a produção de signos semióticos e ideológicos, isto é, de produtos televisivos como o “A Gente Explica”, resultado de um consenso

interindividual entre pessoas envolvidas no decorrer de um processo de interação “condicionado tanto pela organização sócio-econômica de tais indivíduos como pelas condições em que a interação acontece” (BAKHTIN, 1995 p 44).

Tais condicionantes implicam na formatação do conceito de *ethos* defendido por Dominique Maingueneau, quando diz: “toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito situado para além do texto” (MAINGUENEAU, p.95, 2001). Isto é, quando do processo de produção do produto jornalístico e, principalmente, no próprio ato de enunciá-lo, incorporam-se à personalidade sócio-econômica e organizacional do enunciador, ou ao seu *ethos*, recursos advindos da criteriosa escolha das palavras, da entonação da voz, do ritmo de apresentação do texto, da interconexão entre imagens, grafismos e cenários, enfim, dos argumentos direcionados ao público que legitimam uma situação específica e contextualizada.

A aplicabilidade e verificação de tais perspectivas teóricas devem incidir sobre o objeto de trabalho do presente artigo, ou seja, a TV Mackenzie, que integra o Centro de Rádio e Televisão Mackenzie, lotado na reitoria da Universidade, na capital paulista. A televisão é um departamento que atende a todas as áreas da Instituição, produzindo programas tanto para o Canal Digital Experimental, que funciona em circuito interno, quanto para a programação do Canal Universitário de São Paulo.

Mais de um programa da TV Mackenzie abre espaço para reportagens ou entrevistas que abordam temas científicos. Além do “A Gente Explica”, totalmente dedicado aos assuntos do mundo das ciências e das tecnologias, o programa “Tela Mackenzie” costuma entrevistar professores envolvidos em pesquisas acadêmicas (GÓES, 2013). No programa “Os Profissionais”, pessoas atuantes no mercado de trabalho revelam detalhes do seu ramo de atividade, destacando o uso de inovações tecnológicas. Já no “Café Pensamento”, professores de Filosofia também tratam dos rumos e evolução das ciências e no “Macknotícias” as reportagens e os comentários sempre contemplam projetos de pesquisa acadêmica dos cursos de pós-graduação da Universidade.

Marcelo Dias, editor-chefe do “A Gente Explica”, teoriza sobre o trabalho que executa da seguinte forma:

[...]o que eu faço aqui é pegar a Ciência e transformar em algo acessível, pedagogizante e didático. A minha função é atrair as pessoas para as ciências. Eu sei que não vou explicar tudo, mas vou tirar as pessoas desse senso comum e fazer com que elas entendam que ciência é uma coisa legal.

Na TV Mackenzie o intuito de “atrair as pessoas para as ciências” atende a um dos propósitos pedagógicos da divulgação científica, qual seja, de popularizar o desejo de aprender, convertendo e legitimando o conhecimento contido nos relatórios de pesquisa em entretenimento e informação compreensível para um vasto auditório (Brotas, 2011). Entretanto, para que se diga que a audiência é um dos fatores a darem a medida do grau de amplitude na percepção dos acontecimentos pelos jornalistas da TV Mackenzie é preciso considerar “a maneira de ser” do destinatário (MAINGUENEAU, 2008), reconhecendo que a proximidade espacial confere um maior interesse pelas notícias que relatam fatos ocorridos ao redor dos telespectadores, cristalizados de preferência em torno de acontecimentos acadêmicos, cientistas e personalidades marcantes da cidade de São Paulo.

1 A FORMAÇÃO DO ETHOS JORNALÍSTICO NA PRODUÇÃO E ENUNCIÇÃO DO “A GENTE EXPLICA”

Sem citar referências e sem qualquer tipo de lastro proveniente do conhecimento científico gerado por dissertação, tese, relatório de pesquisa ou da voz autorizada de um especialista, como requisita os cânones do Jornalismo sobre Ciências, o exemplar em análise do programa “A Gente Explica”, produzido pela equipe da TV Mackenzie, divulga aspectos aleatórios da tecnologia e de sua evolução ao longo da história, com ênfase no apego que algumas pessoas têm por produtos tecnológicos considerados ultrapassados, como forma de preservar a identidade própria e de manter o equilíbrio emocional (GÓES, 2013).

Para sustentar suas práticas discursivas e relatar as experiências expostas ao longo do produto televisivo, os produtores se valem de componentes semióticos em forma de textos, cartelas e gráficos, complementados por imagens em movimento, texto em “off” do repórter e falas de seis entrevistados. Além desses recursos, a narrativa recorre a um personagem fictício, o “Dr. Cury Ozo”, que atua como quadro fixo do programa enquanto linguagem televisiva voltada para a informação e o entretenimento.

Ao debruçar-se sobre o programa em pauta, observa-se que do conjunto de entrevistados o primeiro a ter o relato de experiência personificado é o apresentador para outras edições do “A gente Explica” e professor do curso de Jornalismo da Universidade Mackenzie, Edson Capoano. Ao viver a realidade eminente da vida cotidiana, Schutz nos alerta “os homens se incorporam a determinadas situações tais como eles as definem e escolhem para o contexto de suas vidas” (SCHUTZ, 2003 p 24).

Assim, Capoano deixa-se filmar na intimidade da sala de estar de sua própria residência, assegurando em sua fala e demonstrando na prática ao manusear um console de jogos eletrônicos, que dá preferência como forma de diversão ainda nos dias de hoje aos videogames “Atari” da década de 80, em detrimento dos moderníssimos programas de jogos atuais em plataforma digital.

A autoridade de Capoano e a credibilidade do papel que já desempenha perante os telespectadores da programação da TV Mackenzie servem de fiador às suas palavras (MAINGUENEAU, 2001), ao mesmo tempo em que viabiliza a introdução na reportagem do segundo entrevistado ou personagem da estória. Trata-se do professor João Manoel, também integrante do corpo docente do curso de Jornalismo da mesma universidade, que exalta as lembranças de sua juventude vividas num “Fusca”. De acordo com a sua fala, as recordações o levaram a adquirir em 2008 um modelo antigo desse carro fabricado pela Volkswagen, com o qual constantemente se locomove pelas ruas de São Paulo, conforme registrado pela câmera e mostrado ao público ao longo da narrativa.

Em seguida, a reportagem registra o cinegrafista de cinema Ivan Murilo, que se distrai alterando fotografias de temas do cotidiano feitas com um aparelho “*Iphone*” de última geração. O material manipulado por ele ganha a tonalidade de fotos antigas, pelo

simples prazer de fugir à perfeição estética estabelecida pela arte de fotografar. As histórias dos três primeiros personagens são sucedidas por imagens e falas do comerciante Luis Calanga, devidamente registradas na loja em que trabalha voltada para a comercialização de discos de vinil num bairro próximo ao centro da cidade de São Paulo (GÓES, 2013).

Ao final do roteiro, quando se quer saber como as gerações mais jovens reagem a publicidade que alardeia e incentiva o consumo tecnológico aleatório, dois estudantes de Jornalismo da Universidade Mackenzie entram em cena: Alessandra Moraes, filha do professor João Manoel, e Guilherme Carmona, seu colega de universidade. Eles reprovam a aquisição desenfreada de inovações tecnológicas, uma ansiedade atual de boa parte da população brasileira e mundial, conforme dito no texto telejornalístico sustentado em “off” pelo repórter.

A princípio, na tentativa de circunscrever os detalhes de elaboração da pauta que motivou a reportagem e da subsequente escolha dos entrevistados para pontuar o texto do repórter é preciso enredar aspectos da teoria do jornalismo ressaltados pelo professor Alfredo Vizeu com nuances da ordem do discurso, da intersubjetividade e das relações interpessoais propostas, respectivamente, por Alfred Schutz e Mikhail Bakhtin, bem como da prática televisiva norteadora da lida cotidiana do diretor/editor do “A Gente Explica”, Marcelo Dias.

Nas pesquisas etnográficas que desenvolveu em ambientes jornalísticos de televisões comerciais, Vizeu observou o quanto faz parte do *ethos* dos jornalistas, ou seja, dos seus traços de caráter (MAINGUENEAU, 2001) a autorreferência ao selecionar os acontecimentos a serem transformados em reportagens enunciadas para o público telespectador. Segundo o professor, “quando o jornalista tem de pensar no tipo de notícia que é importante, serve-se mais de sua opinião sobre os assuntos do que de dados específicos”. Além disso, reforça: “a primeira preocupação deles na edição de uma matéria, na redação de uma *cabeça de matéria*, é a opinião dos seus colegas” (VIZEU, 2005, p 75).

As observações feitas por Alfredo Vizeu, quanto à autorreferência dos jornalistas na elaboração de reportagens em televisões comerciais aparentemente também se

aplicam ao modo de fazer telejornalismo nas TVs universitárias. O hábito autorreferencial jornalístico fica patente, por exemplo, quando o editor da TV Mackenzie, Marcelo Dias, diz como age ao promover reunião de pauta, a fim de elaborar mais uma edição do “A Gente Explica”: “sempre que tenho uma idéia eu vou anotando e por uma experiência de trabalho que já acumulamos, de alguma maneira a gente percebe do que os telespectadores gostam mais”.

Marcelo e os seus colaboradores apostam no *feeling* jornalístico para intuir que os assuntos pautados e o tratamento dado ao conteúdo das reportagens que constroem satisfazem o gosto da audiência. Mergulhados no mundo das notícias e nos afazeres cotidianos da televisão universitária, eles estão convictos de que se encontram na melhor posição para discriminar e discernir o que é interessante ou relevante para os telespectadores (GÓES, 2013).

Os processos de produção praticados pelos produtores do “A Gente Explica” dão a impressão de que a pauta da reportagem em análise, tratando do apego de algumas pessoas a aparelhos tecnológicos considerados ultrapassados, é fruto de uma daquelas conversas informais, tão naturais entre colegas nos ambientes jornalísticos, quando características de personalidade, dos gostos e desejos dos integrantes da equipe afloram para o conhecimento do grupo. Neste caso, como definido por Bakhtin (1995, P. 42):

[...]a psicologia do grupo social é justamente o meio ambiente inicial aos *atos de fala* de toda espécie, e é nesse elemento que se acham submersas todas as formas e aspectos da criação ideológica ininterrupta.

Tal assertiva pode se confirmar através de três marcas de produção do programa. A primeira fica patente nos comentários do diretor/editor Marcelo Dias, ao explicar ser usual que uma pessoa da equipe chegue para “bater um papinho” com ele e com os outros membros do time quando “um fica envenenando o outro”, em busca de assuntos a serem produzidos enquanto notícias.

A segunda marca consta do próprio texto da reportagem quando sugere que o uso de aparelhos tecnológicos tidos como já ultrapassados e a possível recompensa psicológica que podem ou não propiciar, não encontram respaldo em documento

científico de autoria dos especialistas da Universidade Mackenzie ou por pesquisadores de outras instituições acadêmicas. Portanto, a temática aparentemente é conduzida por meio de assertivas do senso comum, próprias às reportagens nascidas de referências emotivas de experiências pessoais e curiosas do dia a dia.

Por sua vez, a terceira marca fica nítida já no início da reportagem, através da presença sintomática do professor do curso de Jornalismo da Mackenzie e apresentador para outras edições do “A Gente Explica”, Edson Capoano. Na condição de entrevistado e ao mesmo tempo como um dos integrantes da produção do programa, ele é o primeiro a dizer para os telespectadores sua predileção por videogames dos anos de 1980, como apego aos costumes do passado (GÓES, 2013).

Portanto, da fala sentimental de Capoano a reportagem avança rumo à participação dos outros cinco entrevistados. “O entrevistado é o sujeito que está dentro do fato, é parte da história e dá a dimensão emocional ao acontecimento” (TEMER, 2010 p 115). Cuidadosamente escolhidos dentre as pessoas próximas aos membros da equipe de produção do “A Gente Explica”, os entrevistados não discordam entre si e nem contradizem os argumentos regidos pelo texto em “off” do repórter. Todos sustentam um discurso como se houvera sido combinado, reforçando detalhes do apego aos aparelhos tecnológicos do passado como uma virtude, como qualidade de vida a qual não abrem mão.

Desse comportamento, pode-se deduzir que:

[...]si el mundo del sentido común es, desde un primer momento, um mundo preinterpretado; si todos os elementos de este mundo tienen sus horizontes de tipificaddd; y si las nociones de la situación biograficamente determinada, el acervo de conocimiento a mano y la definicion de la situacion son guías seguras para interpretar la realidad social, debe existir algún principio subyacente de selección que explique las elecciones, actitudes, decisiones y adhesiones que el individuo expresa e realiza” (SCHUTZ, 2003, p27).

Tal princípio subjacente de seleção fica explícito e encontra relevância nas palavras do editor-chefe Marcelo Dias, ao definir os critérios de participação dos entrevistados no programa “A Gente Explica”. Tais critérios obedecem rigidamente às

regras estabelecidas pela produção do programa, que buscam facilitar a rotina de cumprimento das etapas jornalísticas de apuração, gravação, apresentação e edição do produto em tempo hábil.

Nesse processo, a princípio, asseguram-se o contato, o registro de imagens e a gravação de entrevistas com as pessoas diretamente ligadas à Universidade Mackenzie. Depois, e somente depois, as atenções se voltam para as fontes externas à Instituição. Com este movimento, tenta-se reduzir custos de gravações de filmagens externas, alternar as visões de mundo de dentro e de fora da Universidade, além de servir como um recurso para variar a apresentação e contextualizar as informações transmitidas pelo programa (GÓES, 2013).

As histórias personificadas exibidas ajudam a esclarecer as circunstâncias dos acontecimentos destacados pela reportagem do “A Gente Explica”, além de humanizar os relatos, aproximando-os das ocorrências da vida cotidiana, na tentativa de conquistar a simpatia e a confiança do público.

“Os entrevistados aparecem no vídeo apenas para confirmarem, justificarem e provarem que é real aquilo que o texto enuncia e, normalmente, não trazem nenhuma informação nova, enriquecedora, definitiva, mas são imprescindíveis como instrumentos de autenticação do que é dito” (BECKER, 2005 p 72).

Ao longo da reportagem percebe-se que o enunciado dos professores, dos estudantes e dos profissionais externos a Instituição emprestam apenas somente uma ilusória autenticidade ao programa da TV Mackenzie, comprometendo o seu teor de verdade. É que na específica edição ora em análise do “A Gente Explica”, mesmo que eles tenham realçado aspectos positivos do uso da tecnologia, as suas opiniões pessoais em consonância com o texto do repórter não se baseiam no conhecimento científico produzido pelo ambiente acadêmico, ao contrário, eles se sustentam apenas pelos artifícios da retórica passional do conhecimento dito popular, de senso-comum. Um paradoxo que contraria os mais elementares princípios do que se entende por jornalismo científico (GÓES, 2013).

Em meio a escolha de entrevistados e de procedimentos para a elaboração da reportagem, os produtores do programa “A Gente Explica” somam à trama o personagem fictício denominado de “Doutor Cury Ozo”, que aparece em momentos relevantes interagindo com alguns dos participantes da história. O “Doutor Cury Ozo” é uma invenção do jornalista, roteirista e diretor do “A Gente Explica”, Marcelo Dias, que também o interpreta.

O “Dr. Cury Ozo” é uma paródia do cientista “aloprado”. Ele se veste de capacete de engenheiro, imensos óculos de grau, calças folgadas, camisa amarrotada e o tradicional jaleco branco utilizado habitualmente pelos profissionais dos laboratórios de pesquisa. O personagem não fala, mas se comunica através de gestos, expressões faciais, pequenos cartazes e outras atitudes improvisadas que o auxiliam a distrair e informar os telespectadores. Ele sempre desafia os entrevistados a explicar melhor o fenômeno científico ou as funções da criação tecnológica sobre os quais a edição do programa se refere. Pela receptividade do público, Marcelo tem certeza de que o “Dr. Cury Ozo” no mínimo é diferente e desperta polêmica, até porque “as pessoas têm um pouco de receio de lidar com a Ciência num formato mais brincalhão”, avalia o editor do “A Gente Explica”.

No campo público de televisão no Brasil, do qual as TVs universitárias fazem parte, consolidado durante o I Fórum Nacional de TVs Públicas, promovido em Brasília no ano de 2007, o estímulo à união entre o jornalismo e o entretenimento não é uma iniciativa consensual.

No entender do professor Eugênio Bucci, quando uma televisão se vê absorvida pelo entretenimento ela se torna uma disseminadora do espetáculo como modo de produção, afetando, inclusive, o próprio telejornalismo que produz. Na busca de conquistar a audiência e atender aos apelos comerciais do mercado, a emissora passa a se preocupar muito mais em entreter do que em divulgar informações jornalísticas bem apuradas, que possam estimular a aquisição de conhecimentos e o pensamento racional, além de promover a expressão de ideias plurais (GÓES, 2013).

Para o professor, as televisões do campo público deveriam se diferenciar, recusando-se a competir no mercado do sensacionalismo e do espetáculo. Definitivamente:

[...]a televisão pública é uma instituição que precisa produzir gente emancipada, liberta, crítica... o negócio da televisão pública não é entretenimento e, indo mais longe, não é sequer televisão: é cultura, é informação, é liberdade. (BUCCI, 2015 p.123).

Ao refletir sobre esse dogma, a pesquisadora Teresa Montero Otondo, por mais de 15 anos à frente do Departamento de Documentários da TV Cultura, em São Paulo, relativiza ao dizer que o entretenimento pode entrar no rol de serviços prestados pelas televisões do campo público não apenas para divertir os telespectadores, mas para proporcionar lazer e prazer enraizados na cultura, notadamente se o valor da produção estiver calcado no seu conteúdo e não no valor de troca comercial.

Nessa questão, o professor espanhol Manuel Calvo Hernando é um pouco mais incisivo quando afirma que a união do jornalismo com o entretenimento se justifica nas reportagens sobre ciências, principalmente em televisões públicas, na tentativa de familiarizar a audiência com os temas e os problemas da ciência e da tecnologia. Para o professor valem todos os “[...] truques, recursos, brincadeiras, atores, filmagens, discursos e qualquer outro meio que permita ao telespectador entrar em nosso jogo”. (CALVO HERNANDO, 1997 p. 190).

A fim de tratar a ciência de forma educativa e por saber que a televisão pode cumprir com este propósito porque é um meio que mobiliza multidões, o jornalista Marcelo Dias sabe das limitações e das potencialidades do meio em que atua. Dias aposta que pode superar o preconceito que algumas pessoas têm contra os programas televisivos universitários, rotulados de “chatos e maçantes”. Para tanto, argumenta: “a Ciência pode ser divertida. Então, por que o humor não pode informar e educar”?

Ao mesmo tempo em que planejam e executam a captação de imagens, gravam entrevistas, roteirizam o texto do repórter, elaboram grafismos e escolhem as trilhas sonoras para a edição do produto de telejornalismo científico que produzem, os produtores do “A Gente Explica” permitem ao “Doutor Cury Ozo” passear pelos cenários televisivos. O personagem contracena com o apresentador e com os

entrevistados do mundo real, dando vazão a sua infindável curiosidade, característica marcante do seu *ethos* que, inclusive, serviu-lhe nominalmente de batismo no mundo da ficção.

Se por um viés o “Doutor Cury Ozo” encarna a ingenuidade do público, sempre em busca de informações a respeito dos resultados das pesquisas científicas e da sua aplicabilidade prática, por outro é um recurso de linguagem audiovisual associado ao humor, que se propõe a quebrar os preconceitos da audiência contra a programação das televisões universitárias, além de tentar ajudar a transmitir aspectos educativos da Ciência e da Tecnologia de uma maneira mais divertida, marcante e acessível para os telespectadores (GÓES, 2013).

3 CONCLUSÃO

A intersubjetividade e as relações interpessoais que alimentam a autorreferência pessoal e de grupo são uma marca de produção, um registro do *ethos* jornalístico presente na equipe de produção do “A Gente Explica”, da TV Mackenzie. A experiência profissional e o mesmo pensamento grupal consolidado cotidianamente lhes possibilitam “perceber” ou “intuir” através do “tino” ou do “instinto jornalístico”, quais acontecimentos devem ser selecionados e transformados em enunciados para conquistar a atenção dos telespectadores.

Sobre esse componente do *ethos* dos jornalistas há de se considerar que eles não podem abdicar do direito de estabelecer o que é notícia, porque se assim o fizessem deixariam de exercer uma das principais prerrogativas da profissão. Entretanto, quando se consideram como os únicos árbitros a decidir sobre o suposto gosto do público, eles podem se fechar a pontos de vista diferentes à concepção de notícia do grupo organizacional ao qual pertencem, arriscando-se ao erro de fornecer versões da realidade com base em referências incorretas.

Equilibrando-se sobre a tênue fronteira estabelecida entre os conteúdos dos argumentos acima expostos, ao voltar os olhos, mais uma vez, para os enunciados do “A Gente Explica” em questão, ainda é de se perguntar por que na construção da extensa

reportagem sobre o apego sentimental de algumas pessoas a artefatos tecnológicos considerados ultrapassados, os produtores não se basearam em resultado de pesquisa acadêmica ou no depoimento de especialista que pudesse lastrear a temática do produto televisivo, uma vez que, como dito, propuseram-se a fazer um programa de jornalismo sobre ciências.

Certamente a excessiva autorreferência os levaram a selecionar seis entrevistados autores de discursos apaixonados como forma de tentar imprimir credibilidade emotiva ao texto do repórter. Pelo visto, os equívocos cometidos no nascimento da pauta e no decorrer da cobertura jornalística traem os princípios do que se define por Jornalismo Científico, uma vez que não se lastreiam nos estudos e na palavra dos cientistas. Tal comportamento prejudica até a atuação do “Doutor Cury Ozo”, criado como um rico recurso de linguagem ficcional, que em outros exemplares da série do “A gente Explica” ajuda a divertir o público telespectador ao mesmo tempo em que lhe fornece informações educativas sobre ciência e tecnologia, que possam emancipá-lo na vida real cotidiana.

4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Lacy Varella Barca de. **Iguarias na Hora do Jantar**: O espaço da ciência no telejornalismo diário. Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio de Janeiro/Instituto de Ciências Biomédicas. Rio de Janeiro, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 7ª edição, 1995.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: Um Estudo da Cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BUENO, Wilson Costa. As fontes comprometidas no jornalismo científico. In PORTO, Cristiane de Magalhães. BROTAS, Antonio Marcos Pereira. BORTOLIERO, Simone Terezinha. (Orgs.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, 2011.

CALVO HERNANDO, Manuel. **Manuel de periodismo Científico**. Barcelona: Bosck Casa Editorial S. A., 1997.

GÓES, José Dirceu Campos. *A produção de programas de jornalismo científico em TVs Universitárias*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC, 2013.

LIMA, Vilma Silva. **As regras da TV Universitária**: lutas para a construção de um campo. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, PUC-SP, 2011.

MAGALHÃES, Cláudio. **Manual para uma TV universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Gênese dos Discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

OTONDO, Teresa Montero. **Televisão pública para quem e para quê?** São Paulo: Annablume, 2012.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50 anos – criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

RODRIGO ALSINA, Miguel. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SCHUTZ, Alfred. *El problema de la realidade social*. 2ª ed. Buenos Aires: Amorroutu, 2003.

SHOEMAKER, Pamela J. VOS, Tim P. *Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia*. Porto Alegre: Penso, 2011.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal. In VIZEU, Alfredo. PORCELLO, Flávio. COUTINHO, Iluska. *60 anos de Telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.

THOMAZ, Daniel de. **CNU: a universidade que você assiste há 10 anos**. São Paulo: CNU – Canal Universitário de São Paulo, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: calandra, 2005.

