

Telejornalismo de qualidade Pressupostos teórico- metodológicos para análise¹

Itania Maria Mota Gomes ²

UFBA

itania@ufba.br

Resumo: Apresentamos os pressupostos para avaliação da qualidade no telejornalismo a partir da perspectiva teórico-metodológica dos cultural studies em associação com os estudos de linguagem, o que implica a consideração de aspectos sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. Desenvolvemos o argumento de que o telejornalismo é uma instituição social e uma forma cultural. Considerá-lo nesses termos implica trazer para a análise da qualidade os parâmetros de verdade e relevância e os valores-notícia que caracterizam o modelo de jornalismo ocidental contemporâneo. Os conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento devem guiar o exame concreto do telejornalismo, considerado, no primeiro caso, a partir da existência de relações sociais e históricas entre as formas que o telejornalismo assume ao longo do tempo e as sociedades em que essas formas são praticadas; no segundo caso, a partir do modo como um programa específico se relaciona com seus telespectadores a partir da construção de um estilo e, ao fazer isso, configura e reconfigura o próprio gênero.

Palavras-chave: telejornalismo, qualidade, gênero televisivo, modo de endereçamento

Abstract: We present our assumptions for evaluation of the quality in the TV news from the theoretical-methodological perspective of cultural studies in association with the language studies, what implies the consideration of social, ideological and cultural aspects of TV news. We develop the argument that television news is a social institution and a cultural form. To consider it in these terms implies to bring for the analysis of the quality the parameters of truth and relevance and the news criteria that characterize the occidental model in contemporary journalism. The concepts of television genre and mode of address must guide the concrete examination of TV news, considered, in the first case, from the existence of social and historical relations between

¹ Este artigo foi apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.

² Itania Maria Mota Gomes, Ph.D, é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA e pesquisadora do CNPq. Coordena o Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo, registrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq.

the forms that the TV news assumes throughout the time and the societies where these forms are practiced; as in the second case, from the way as an specific program relates with its viewers from the construction of a style and, when making this, it configures and reconfigures the proper genre.

Keywords: TV News, quality television, television genre, mode of address

Résumé: *Nous présentons les présuppositions pour évaluation de la qualité dans le telejournalisme à partir de la perspective théorique-méthodologique des études culturelles anglaises dans association avec les études de langage, ce qu'il implique la considération d'aspects sociaux, idéologiques et culturels du telejournalisme. Nous développons l'argument dont le telejournalisme est une institution sociale et une forme culturelle. Le considérer dans ces termes implique d'apporter pour l'analyse de la qualité les paramètres de vérité et d'importance et les valeur-nouvelles qui caractérisent le modèle de journalisme occidental contemporain. Les concepts de genre télévisé et de mode d'adresse doivent guider l'examen concret de le telejournalisme, considéré, dans premier cas, à partir de l'existence de relations sociales et historiques entre les formes que le telejournalisme suppose au long du temps et les sociétés où ces formes sont pratiquées; dans second cas, à partir de la manière comme un programme spécifique se rapporte avec leurs spectateurs à partir de la construction d'un style et, faire cela, il configure et reconfigure le genre lui-même.*

Mots-clé: journal télévisé, qualité televisive, genre televisive, mode d'adresse

Resumen: *Presentamos nuestros presupuestos para la evaluación de la calidad en el periodismo televisivo de la perspectiva teórico-metodológica de los estudios culturales en asociación con los estudios de la lengua, que implica la consideración de aspectos sociales, ideológicos y culturales del periodismo televisivo. Desarrollamos la discusión de que el periodismo televisivo es una institución social y una forma cultural. Considerarlo en estos términos implica traer para el análisis de la calidad los parámetros de la verdad y la relevancia y el valor-noticia que caracterizan el modelo del periodismo occidental contemporáneo. Los conceptos de género televisivo y de modo de destinación deben dirigir el examen concreto del periodismo televisivo, considerado, en el primer caso, a partir de la existencia de relaciones sociales e históricas entre las formas que el periodismo televisivo asume a través del tiempo y de las sociedades donde se practican estas formas; en el segundo caso, de la manera como una programa específico si se relaciona con sus espectadores a partir de la construcción de un estilo y, al hacer esto, configura y configura de nuevo el propio género.*

Palabras-clave: periodismo televisivo, calidad en el periodismo, género televisivo, modo de destinación.

News is a high-status television genre
John Fiske

O debate sobre a qualidade televisiva vem se ampliando na sociedade civil e no âmbito acadêmico no Brasil, conseqüência, por um lado, do incremento de programas que colocam no centro da tela os telespectadores comuns – programas baseados na exploração da vida cotidiana de sujeitos anônimos – e do conseqüente incremento de mobilizações e de ações civis públicas contra as emissoras; e, por outro, de uma certa maturidade da investigação sobre televisão no Brasil. Entretanto, num caso e noutro, as discussões sobre qualidade televisiva costumam restringir-se a critérios morais e políticos ³.

A discussão sobre qualidade no telejornalismo, particularmente, no Brasil, tem sido pautada por quatro eixos básicos, às vezes intercambiáveis: a *desregulamentação e concentração da propriedade dos canais* de TV por fortes grupos político-econômicos e/ou familiares ⁴; a função social do jornalismo; a popularização da audiência ⁵; e a qualidade técnica, em especial a qualidade de imagem e som. Em todos os casos, quase nunca se realizam análises sobre programas específicos, mas estes, citados individualmente ou em bloco, aparecem como pretexto para justificar as críticas que já estão incorporadas às tais abordagens.

Nosso objetivo é apresentar os pressupostos para avaliação da qualidade no telejornalismo a partir da perspectiva teórico-metodológica dos *cultural studies* em associação com os estudos de linguagem, o que implica a consideração de aspectos ao mesmo tempo sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. Desenvolvemos o argumento de que o telejornalismo é ao mesmo tempo uma instituição social e uma forma cultural, o que nos permite articular três macro-categorias fundamentais para a análise, a saber: o jornalismo, a televisão e a recepção televisiva. Em seguida, apresentamos os conceitos de *gênero televisivo* e de *modo de endereçamento*, que deverão oferecer ao crítico de telejornalismo os caminhos para a análise. Concluimos

³ Para discussão sobre qualidade na TV, no Brasil, indicamos, os trabalhos de Arlindo Machado (2000) e João Freire Filho (2001, 2004a, 2005b, 2005).

⁴ CAPPARELLI & LIMA, 2004, p. 27ss, mostram como a legislação brasileira favoreceu a concentração de empresas jornalísticas e de radiodifusão em grupos familiares.

⁵ Uma abordagem muito interessante sobre o popular na TV está em FRANÇA, 2005.

o trabalho com a observação de que o pressuposto teórico-metodológico de que o telejornalismo é uma instituição social e uma forma cultural deve ser avaliado em sua encarnação concreta num programa específico.

O telejornalismo como instituição social e forma cultural

Para Raymond Williams, a televisão é, ao mesmo tempo, uma tecnologia e uma forma cultural, e o jornalismo, uma instituição social (1997, p. 22). Considerar o telejornalismo, então, na perspectiva dos estudos culturais, deve implicar articular suas dimensões técnica, social e cultural, o que garante unidade ao nosso objeto de estudo e um olhar menos preconceituoso ao analista.

O (tele)jornalismo, em nossa perspectiva, é uma construção social, no sentido de que ele se desenvolve numa *formação* econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. A concepção de que o telejornalismo tem como função institucional tornar a informação publicamente disponível e de que o que faz através das várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas ⁶. Como Jean Chalaby (2003), acreditamos que o jornalismo, como instituição social, é uma invenção anglo-americana do século XIX. Ele não se configura somente a partir das possibilidades tecnológicas oferecidas pelos séculos anteriores, mas na conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas e sociais.

Afirmar o telejornalismo como uma construção, portanto, e justamente por esta razão, não nos impede de reconhecer que ele se configura como uma instituição social *de certo tipo* nas sociedades ocidentais contemporâneas e especificamente no Brasil. No nosso país, em que o jornalismo supostamente reproduziria o modelo de jornalismo independente norte-americano ⁷, pensar o jornalismo como instituição

⁶ Michael SCHUDSON, 1978, numa análise histórica da imprensa norte-americana, e em especial do conceito de objetividade, evidencia como o jornalismo vai se construindo como instituição social específica em relação com o contexto histórico, social, econômico dos Estados Unidos. Por exemplo, antes de 1830 a objetividade não era uma premissa. Ao contrário, esperava-se que o jornalismo assumisse um ponto de vista e não que se apresentasse como um relato neutro ou imparcial (cf. p. 4).

⁷ Afonso de ALBUQUERQUE analisa a influência do modelo jornalístico norte-americano sobre o jornalismo brasileiro e chama a atenção para o fato de que os diferentes ambientes político e cultural em que os dois jornalismo se configuram deveriam fazer supor que o

social implica trazer em causa a relação entre jornalismo e a noção habermasiana de esfera pública ⁸, com suas implicações sobre a noção de debate público e vigilância pública; a perspectiva liberal sobre o papel democrático da mídia ⁹; a noção de quarto poder, em que está implícita a autonomia da imprensa em relação ao governo, o direito à liberdade de expressão e o compromisso com o interesse público; o caráter público ou privado da empresa jornalística; e se relaciona com um dos eixos de discussão sobre qualidade no telejornalismo inicialmente indicado, a questão da *desregulamentação e concentração da propriedade dos canais de TV*. Chamamos a atenção de que essas premissas sobre jornalismo precisam ser analisadas em relação ao contexto profissional e cultural em que a prática jornalística acontece. Embora, em termos gerais, possamos imaginar que certos cânones e expectativas sejam próprios de sociedades contemporâneas, há diferenças marcantes em relação à história do jornalismo e da mídia em cada contexto específico (por exemplo, para indicar apenas as mais discutidas, as diferenças entre os modelos inglês e norte-americano de televisão e de jornalismo).

Essas premissas implicam também uma específica concepção de notícia ou de informação jornalística. É nesse modelo de jornalismo que as noções de imparcialidade e objetividade fazem sentido. É neste modelo de jornalismo que as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento tornam-se úteis ¹⁰. É claro que, na nossa concepção, a notícia é uma construção e não uma representação (fiel) da realidade. As noções de objetividade e imparcialidade no jornalismo são mais apropriadas a uma concepção empiricista da realidade que está fora do enquadramento da nossa perspectiva teórica. Entretanto, essas noções são úteis na análise porque elas enquadram o modo como o jornalismo é socialmente aceito, e regulam, pelo menos retoricamente, as ações profissionais e as expectativas do público.

modelo de jornalismo efetivamente praticado também difere. Segundo o autor, é de se supor que a adesão dos jornalistas brasileiros aos princípios do jornalismo norte-americano “é antes de tudo um gesto formal; na prática, os jornalistas brasileiros tendem a interpretar esses princípios e a definir o seu compromisso político de maneira muito diferente dos seus colegas americanos” (1999, p.9).

⁸ Ver GOMES, W. 1998; JENSEN, 1986 (p.31 ss); FISKE, 1997 (p.281 ss).

⁹ Para Dominique WOLTON, por exemplo, “a televisão é um dos mais espetaculares símbolos da democracia de massas” (1994, p.13).

¹⁰ Ainda que alguns autores evidenciem que, textualmente, não são tantas assim as diferenças entre informação e entretenimento (FISKE, 1997, p.282).

Embora assuma uma concepção de jornalismo como mediação, que se coloca mesmo em oposição à perspectiva construtivista e culturalista que assumimos aqui, a descrição que Josenildo Guerra faz do processo de produção jornalística nos é útil porque oferece os parâmetros através dos quais o jornalismo brasileiro contemporâneo se configura como uma instituição social e, em consequência, os parâmetros com que lidam os jornalistas, as instituições jornalísticas e os receptores no processo de produção de sentido do jornalismo.

É nesse sentido que pode ser útil tomar em consideração, para a análise do telejornalismo, os elementos que configuram o percurso interpretativo na produção da notícia. Guerra define este percurso como o processo efetivamente “levado a cabo pelo jornalista, no qual ele parte de um problema ou fato inicial que será objeto de apuração, desenvolve ações com vistas a ‘solucioná-lo’, até chegar a um entendimento final a ser expresso na forma de notícia” (GUERRA. 2003, p.164). E propõe analisá-lo a partir de dois tipos de técnicas, as técnicas cognitivas do processo, ou seja, o conjunto de saberes relativos à *natureza do fazer*, ao *como fazer* e às *circunstâncias do fazer* jornalístico, e as técnicas cognitivas de conteúdo, que dizem respeito à interpretação dos fatos que são objeto do jornalismo. A *natureza do fazer* define o próprio conceito de jornalismo numa determinada sociedade e o configura como uma instituição social. O *como fazer* diz respeito à perícia, à competência para efetivação do processo de produção da notícia. As *circunstâncias do fazer* se referem às condições empíricas nas quais o jornalismo se realiza e diz respeito aos constrangimentos econômicos, políticos, técnicos, sociais, ou, como diz o autor, se referem às esferas de convivência que tornam o jornalismo também um *fazer possível*. “É somente porque o *como fazer* e o *fazer possível* satisfazem o *dever fazer* presumido que uma atividade pode ser considerada jornalística e, conseqüentemente, submeter-se às necessárias avaliações de desempenho” (Ibidem, p. 192). Em outras palavras, é o modo como o jornalismo se configura como instituição social de certo tipo, numa dada sociedade, que regula o julgamento sobre a sua qualidade.

As técnicas cognitivas de conteúdo definem para o jornalista o que será objeto do processo de produção da notícia, e implicam uma abertura em relação ao fato (o conhecimento das áreas temáticas de cobertura noticiosa) e em relação aos indivíduos (conhecimento das expectativas dos receptores) (cf. Ibidem, p. 196). A

abertura para os indivíduos evidencia a perspectiva propriamente comunicacional do jornalismo e se define de modo mais específico como os valores-notícia de uma determinada sociedade, num momento histórico específico. Os valores-notícia se referem duplamente às expectativas da sociedade (e, por consequência, dos receptores de um dado veículo) e à responsabilidade social do jornalismo (que, no modelo de jornalismo que adotamos tem a ver com a noção de compromisso com o interesse público e com as prerrogativas básicas para o exercício profissional, a liberdade de expressão e de informação).

No entanto, chamamos a atenção, para os nossos propósitos, de que Guerra faz uma interessante distinção entre valor-notícia e valor-notícia de referência. Os valores-notícia, como dissemos, caracterizam as expectativas de uma dada sociedade. Os valores-notícia de referência são aqueles que orientam o fazer jornalístico de uma determinada organização jornalística, dizem respeito ao modo como uma organização compatibiliza as diretrizes institucionais com as demandas da sua audiência. Valor-notícia, aqui, não é o mesmo que é comumente reconhecido na bibliografia jornalística como critérios organizacionais de noticiabilidade, pois enquanto estes são critérios internos à organização, à sua estrutura de trabalho, aqueles se voltam para uma justificativa externa à organização e se vinculam ao jornalismo como instituição social. A relação entre esses elementos implica em dois tipos de avaliação, segundo o autor:

O primeiro consiste na capacidade de justificação dos valores-notícia de referência perante as esferas de validação dos valores-notícia, isto é, as expectativas da audiência e o interesse público. O segundo consiste na capacidade de implementação dos valores-notícia de referência pela organização...Na primeira está em jogo a qualidade jornalística do produto da organização; na segunda está em jogo a eficiência da própria organização... (Ibidem, p. 199).

Dentro do modelo de jornalismo que nossa sociedade adota, que assume a noção de esfera pública e a perspectiva liberal da responsabilidade social do jornalismo, as noções de verdade e relevância podem se configurar como parâmetros de qualidade no telejornalismo:

Verdade e relevância como parâmetros de qualidade indicam, portanto, que esses são atributos requeridos para a notícia...Verdade significa que a notícia está em conformidade com o fato do qual trata; e relevância significa que (a) as informações são importantes no interior da área temática objeto da cobertura e (b) as

informações são adequadas a uma expectativa da parte dos indivíduos. Em relação à expectativa dos indivíduos, pode-se dizer que elas são de duas ordens: da ordem da recepção, o fenômeno pelo qual os indivíduos se percebem identificados e familiarizados com um determinado tipo de noticiário; da ordem da política, relativa ao esperado papel social que a atividade jornalística deva exercer na sociedade (GUERRA. 2003, p.11).

As noções de verdade ¹¹ e relevância são bons parâmetros de qualidade porque sobre elas se sustenta a confiança que a sociedade deposita no jornalismo e é com base nelas que essa confiança pode ser quebrada. Essa confiança supõe a possibilidade de conhecimento verdadeiro e a capacidade de julgamento de relevância dos fatos e supõe também a credibilidade dos jornalistas e das organizações jornalísticas.

O que queremos destacar aqui é que os parâmetros de relevância e, portanto, os parâmetros de julgamento da qualidade jornalística, são os valores-notícia, aqueles que indicam as expectativas de uma dada sociedade em relação ao jornalismo. Ao mesmo tempo, é preciso salientar que os valores-notícia são socialmente construídos e devem ser analisados em referência à específica formação econômica, social, cultural em que ocorrem.

De modo imbricado com suas configurações como instituição social, o jornalismo se configura também como uma forma cultural. No caso do telejornalismo, acreditamos que, para entendê-lo é preciso compreender a notícia, como uma forma cultural específica de lidar com a informação, e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. Queremos fazer ver que, apesar de ser um gênero fortemente codificado, se sua história tivesse sido outra, o telejornal poderia ter hoje outro formato (cf. MACHADO, 2000, p. 105). Abordaremos a notícia como um gênero do discurso ¹² e o programa jornalístico televisivo como um gênero midiático.

...O ambiente social direciona certas possibilidades de formatos discursivos, tanto em relação a gêneros especificamente

¹¹ Certamente, não se trata aqui de uma abordagem ontológica ou hermenêutica sobre a verdade, mas da consideração de que não há jornalismo, no modo como o conhecemos hodiernamente, sem alguma noção de verdade. Nesse caso, trata-se de avaliar com que noção de verdade um programa se constrói.

¹² MACHADO, 2000, p. 67 ss se refere ao diálogo como a forma discursiva privilegiada pela televisão.

jornalísticos quanto a gêneros midiáticos, de modo mais geral. Em outras palavras, formatos jornalísticos são resultantes de modelos históricos de desenvolvimento da cultura, da economia, da política, da tecnologia (FRANCISCATO, 2003, p.23).

A notícia é discurso e, como tal, um conjunto de convenções (cf. FISKE, 1997, p. 282ss) que ajudou a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida e no interior do qual fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento. Naturalmente, a notícia televisiva é um discurso que é estruturado pelos discursos mais amplos da televisão (HARTLEY, 1991, pg. 7). A notícia seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece (Ibidem, pg. 5). Daí a importância de analisarmos as configurações da notícia como um gênero discursivo em relação às características que ela ganha quando elaborada para transmissão na televisão.

Raymond Williams (1997, p.44-49) procura entender a forma cultural que a notícia assume na televisão, e suas diferenças em relação à notícia impressa, através da análise de quatro aspectos: seqüência, prioridade, apresentação pessoal e visualização. Em relação à seqüência, Williams ressalta que, apesar de algumas técnicas para chamar a atenção, como a *escalada*, o resumo das principais notícias no início do programa, sua repetição no final do programa ou de cada bloco, o telejornal continua sendo estruturado de modo linear¹³. Esta seqüência de apresentação linear tem efeitos sobre a prioridade de organização editorial das notícias no interior de um programa. No caso das experiências britânicas e norte-americanas que ele cita, a prioridade recai sobre a política e as ações das lideranças política.

A presença visual de um apresentador, de uma voz autorizada e uma face familiar, é outro aspecto importante para a configuração da notícia televisiva, porque afeta toda a situação comunicativa instaurada por um telejornal¹⁴, quer ela seja

¹³ Para o autor, o jornal impresso é organizado ao modo de um mosaico (cf. 1997, p.45).

¹⁴ Na literatura inglesa, e de modo específico em Williams e Jensen, que logo abordaremos, a expressão *television news* se refere tanto à notícia televisiva quanto ao telejornal ou ao telejornalismo. Na seqüência do artigo, adotaremos uma ou outra tradução, respectivamente, quando entendermos que os autores estejam se referindo ao gênero do discurso, ao programa jornalístico ou à instituição social. A principal dificuldade é que, em geral, ambos autores

limitada à leitura da notícia, quer ela tenha sua função ampliada para os comentários. Sem desenvolver muito o assunto, Williams também se refere às diferentes funções que outros jornalistas cumprem no telejornal, sejam eles os repórteres, os comentaristas ou correspondentes (cf. *Ibidem*, p. 47).

A imagem, a principal qualidade que a TV acresce à notícia impressa ou radiofônica, alterou muito do conteúdo e da forma de apresentação da notícia na TV. A imagem alterou os processos de seleção e de organização editorial das notícias, a ponto de que algumas notícias ganham prioridade na estrutura do programa porque são acompanhadas das imagens. Um aspecto interessante, que evidencia como o telejornalismo vai se construindo e se reconfigurando ao longo do tempo, é a distinção que Williams observa no uso das imagens por parte das TVs britânica e norte-americana ¹⁵. Enquanto na TV britânica os telejornais faziam forte uso das imagens de um acontecimento, a principal experiência visual de um telejornal norte-americano era a dos apresentadores mostrados sobre um fundo visual muito simples, o que levou Williams a caracterizar os telejornais norte-americanos de *visual radio* (cf. *ibidem*, p.49).

Partindo de outra obra de Williams para configurar a notícia como um gênero discursivo, Klaus Bruhn Jensen entende que “um gênero é uma forma cultural que apresenta a realidade social em uma perspectiva própria e, ao fazer isso, implica formas específicas de percepção e usos sociais do conteúdo. Assim, o gênero estabelece um modo de comunicação ou, mais especificamente, uma situação comunicativa, entre o emissor e o destinatário” (JENSEN, 1986, p.50). Seguindo Raymond Williams (1979), Jensen propõe que a definição da notícia como um discurso leve em conta três aspectos, a *posição*, o *assunto adequado* e o *modo de composição formal* ¹⁶.

Com *posição* do autor em relação ao seu material, que na literatura tem sido tradicionalmente definida como narrativa, dramática e lírica, os autores se referem a

parecem tomar tanto a notícia televisiva quanto o telejornal como um gênero discursivo. Williams às vezes se refere também a *news bulletins*, que traduzimos como telejornal.

¹⁵ **Television...** foi originalmente publicado em 1975.

¹⁶ Williams e Jensen falam em *stance, the appropriate subject matter e mode of formal composition*. Aqui adotamos os termos tal como apresentados na tradução de *Marxismo e Literatura*, publicado no Brasil pela Zahar.

um modo de organização básica que determina um tipo particular de apresentação dos conteúdos. A *posição* tem a ver não apenas com o modo como o autor aborda um tema, mas também com os objetivos retóricos daquela abordagem em relação à audiência. O que o conceito de *posição* enfatiza é que qualquer texto é sempre uma comunicação socialmente situada.

No caso do gênero notícia, a posição que é projetada enfatiza o papel do jornalista como um observador independente, sua apuração dos fatos sociais, a contraposição de pontos de vista e assim por diante. Simultaneamente, o leitor/telespectador é posicionado como um receptor de informações reais, confiáveis, presumivelmente relevantes num sentido político mais amplo (JENSEN, 1986, p. 50).

O *tema apropriado* de diferentes gêneros varia enormemente. O tema do gênero notícia, por exemplo, no modelo de jornalismo que conhecemos, deriva da noção de esfera pública e sua implícita separação das esferas sociais. John Hartley (2001, p. 38-39) sugere que ainda que esperemos que as notícias sejam sobre os acontecimentos sociais mais relevantes, o que temos, de fato, é uma categorização que antecipadamente enquadra esses acontecimentos: política, economia, política externa, acontecimentos locais, esportes e o que ele chama de histórias ocasionais (*fait divers*, notícias sobre celebridades, etc.). Essa categorização constrói um quadro conceitual em que os eventos são interpretados e são um dos principais mecanismos de controle da produção de sentido que encontramos nos telejornais (cf. FISKE, 1997, p.287): “percebemos e interpretamos o mundo em termos parcialmente derivados das classificações que se tornaram familiares no jornalismo” (HARTLEY, 2001, p. 5).

A notícia tem um *modo de composição formal* característico. “Descrições de gênero tendem a enfatizar este aspecto, já que ele é diretamente acessível para análise e, de fato, a notícia tende a ter uma composição regular e característica, como qualquer consumidor de notícia já sabe” (JENSEN, 1986, p.51).

A *posição*, o *assunto adequado* e o *modo de composição formal* da notícia como um gênero são configurados historicamente e podem ser compreendidos, segundo Jensen a partir dos seguintes aspectos: a notícia como forma de conhecimento, a notícia como comunicação, os critérios de noticiabilidade e a estrutura da notícia. Diferentemente de outras formas de conhecimento, a notícia só pode oferecer um tipo mais incidental de familiaridade com mundo (cf. PARK, 1940): “a notícia somente pode dar conta de eventos isolados e sua combinação incidental

tende a resultar numa particular construção da realidade” (JENSEN, 1986, p. 52). No entanto, supostamente, esse conhecimento casual é de fundamental importância para a participação política e a coesão social. Esta concepção de notícia como forma de conhecimento específica, ou de familiaridade com o mundo, baseada na noção de atualidade, permite perceber a *posição* característica do gênero, uma vez que tanto jornalistas quanto receptores são posicionados, respectivamente no fazer jornalístico e nas suas expectativas em relação a ele, a partir dessa concepção. Ao mesmo tempo, isso nos remete à consideração de que a notícia estabelece uma determinada situação comunicativa, que envolve a fonte de informação, o canal no qual a informação é transmitida e a posição da audiência em relação a essa informação. Essa situação comunicativa é regulada pela expectativa de que a notícia seja recente (o que não necessariamente significa que o acontecimento seja recente, mas que o discurso da fonte o seja), seja imediata (quando a informação se torna disponível, ela deve ser publicizada o mais rapidamente possível, o que nos remete ao meio em que a notícia é transmitida), e de que seja atual (o que tem a ver com a sua relevância para a audiência) (cf JENSEN, 1986, p. 53-54). Para o autor, os critérios de noticiabilidade ajudam a decidir o que é o tema apropriado da notícia. “Em geral, os critérios tendem a reproduzir a imagem da sociedade que emana do modelo da esfera pública: a separação da vida social em esferas e uma forte ênfase no papel regulatório da representação política” (Ibidem, p.55).

Jensen sugere analisar a estrutura da notícia televisiva ou, na terminologia de Williams, seu *modo de composição formal*, em três diferentes níveis: “o nível da seqüência total dos textos da notícia em, por exemplo, um programa de TV; o nível do texto individual da notícia; e o nível dos elementos sub-textuais. Cada um dos níveis serve para caracterizar a notícia como um gênero” (Ibidem, p.56). Em relação à estrutura do programa, o autor chama a atenção para a sua fragmentação, uma demanda dos constrangimentos econômicos - a necessidade de vender os espaços comerciais – que termina por implicar a premissa de que a notícia opera como uma apresentação breve de informação atualizada. Também no nível dos textos individualmente considerados, a notícia opera com um alto grau de regularidade: “um dos traços mais óbvios desta regularidade é a organização da história, especialmente o uso do lead e da pirâmide invertida” (Ibidem, p. 57). No nível dos

elementos sub-textuais, o autor chama a atenção para três características-padrão da linguagem jornalística: objetividade ¹⁷, imparcialidade e clareza (Ibidem, p. 60).

A esses elementos, então, se somam aqueles que seriam mais específicos da notícia televisiva, a imagem e o que o autor chama de formato. Por formato, o autor se refere ao fato de que os programas jornalísticos organizam as informações através do recurso a um apresentador que, através da tela, se endereça diretamente à audiência. Ao fazer isso, o apresentador funciona como uma força unificadora, que integra as diferentes histórias num fluxo coerente.

No telejornalismo, o componente da imagem faz muita diferença. Jensen coloca ênfase na questão da credibilidade, de como as imagens da cobertura televisiva reforçam a expectativa de objetividade e imparcialidade, e nas convenções jornalísticas que regulam a imagem jornalística. A variedade de imagens oferecidas aparece também como um forte apelo para a audiência e, de modo a manter o telespectador preso no fluxo televisivo, no telejornalismo as imagens são estruturadas de acordo com a estética de produção de mercadoria (cf. Ibidem, p. 65). Além disso,

...em princípio, o gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação. Para a audiência, essa convenção de gênero contribui para a potencial heterogeneidade da experiência com o jornalismo. Qualquer que seja sua justificação econômica ou organizacional, a convenção resulta numa estrutura de mensagem que é relativamente aberta a um leque de interpretações (JENSEN, 1986, p.65).

Os conceitos de Gênero Televisivo e Modo de Endereçamento

Há algum tempo vimos tentando fazer dialogar os estudos culturais e os estudos da linguagem assumindo como ponto de convergência a discussão sobre os gêneros – discursivos, textuais, literários - e a possibilidade de articulação de uma teoria dos gêneros televisivos ¹⁸. Falando a propósito dos gêneros literários, Raymond Williams afirma que uma discussão sobre o gênero supõe o reconhecimento de dois fatos:

¹⁷ O autor utiliza a expressão *factuality*, que se refere ao que é concreto, real, objetivo.

¹⁸ Ver GOMES. 2002.

Primeiro, a existência de relações sociais e históricas claras entre determinadas formas literárias e as sociedades e os períodos nos quais foram originadas ou praticadas; segundo, a existência de continuidades indubitáveis nas formas literárias através e além de sociedades e períodos com os quais têm essas relações. Na teoria dos gêneros, tudo depende do caráter e processo dessas continuidades (WILLIAMS, 1979, p. 182).

Reconhecemos, com Williams, a existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas. Reconhecemos, igualmente, que um gênero é um modo de situar a audiência televisiva, em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público. No entanto, acreditamos que podemos avançar numa teoria dos gêneros e na avaliação de programas jornalísticos televisivos se adotarmos a concepção de *gênero televisivo* ou *gênero midiático*¹⁹, concepção sustentada pela ênfase no processo comunicacional instaurado por uma determinada forma cultural:

a análise dos processos midiáticos em sua categorização por gênero repousa sobre a idéia de que tanto os produtos quanto os processos de recepção desses produtos são elementos interdependentes do processo de produção de sentido dos discursos sociais ligados ao fenômeno midiático (JANOTTI JR, 2005, p.3).

Nessa perspectiva, gênero é uma estratégia de interação e investir numa abordagem dos gêneros televisivos significa ultrapassar a dicotomia entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais de sua produção ou de sua recepção. Ao mesmo tempo, significa, na atenção aos estudos da linguagem, ultrapassar a noção de decodificação dos textos (massivos), ou de uma semiótica dos códigos, de uma análise interna ou imanente da obra e pensar em noções mais próximas de uma pragmática da comunicação.

Nesse sentido, colocar a atenção nos *gêneros televisivos* implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero.

O gênero não é algo que passa ao texto, mas algo que passa pelo texto... O gênero é uma estratégia de comunicação, ligada profundamente aos vários universos culturais...O gênero não é só

¹⁹ Para uma discussão dos conceitos de gênero do discurso, gênero textual e gênero midiático, ver JANOTTI JR., 2005.

uma estratégia de produção, de escritura, é tanto ou mais uma estratégia de leitura (BARBERO, 1995, p. 64).

Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto midiático. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como a *ficção seriada* ou o *programa jornalístico*, na TV, e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. No caso da recepção televisiva, por exemplo, os gêneros permitem relacionar as formas televisivas com a elaboração cultural e discursiva do sentido.

Os programas telejornalísticos são, então, considerados como uma variação específica dentro da programação televisiva, enquanto *gênero programa jornalístico televisivo*, obedecendo a formatos e regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. Os telejornais, programas de entrevistas, documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros. E demandam ser abordados em categorias que impliquem considerá-los, ao mesmo tempo, como um produto de jornalismo televisivo – o que implica uma abordagem que leve em conta a linguagem televisiva e os elementos próprios do campo jornalístico – e como um produto comunicacional – o que implica uma abordagem da interação como os telespectadores. Por outro lado, o telejornalismo é também um produto cultural contemporâneo, marcado social, histórica, econômica e politicamente e participa, no dizer de Stuart Hall, do circuito da cultura (cf. HALL, 1997) – o que implica uma abordagem que leve em conta os modos como os programas jornalísticos constroem e representam a cultura.

É na articulação, portanto, entre os elementos próprios da linguagem televisiva, do fazer jornalístico e da representação da cultura que acreditamos que se dê a configuração de um *gênero ou subgênero* específico dentro da programação televisiva e, em consequência, os modos como ele, enquanto uma *estratégia de comunicabilidade* ou *estratégia de interação*, se endereça aos seus receptores.

Modo de endereçamento²⁰, por sua vez, é aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência (cf. MORLEY & BRUNSDON, 1978). A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo ou midiático deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos. Na nossa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais.

Autores como David Morley (1978, 1999), John Hartley (1997, 2000, 2001) e Daniel Chandler (2003) articulam os modos de endereçamento para compreender a relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido do texto televisivo. Segundo Morley, o modo de endereçamento se caracteriza pela relação que o programa propõe para ou em conjunto com a sua audiência: “O conceito de ‘modo de endereçamento’ designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (MORLEY & BRUNSDON, 1999, p.262).

Daniel Chandler chama a atenção para o fato de que a relação do nosso olhar com as imagens – pintura, fotografia, cinema, televisão – é social e historicamente construída. *O modo de ver é uma construção*. Daniel Chandler destaca a *relação* que o texto constrói com o espectador e associa ao modo de endereçamento aspectos *sociais, ideológicos e textuais*. São fatores relacionados ao modo de endereçamento o *contexto textual*, que inclui as convenções de gênero e a estrutura sintagmática, o *contexto social*, que diz da presença/ausência do produtor do texto, da composição da audiência, de fatores institucionais e econômicos, e os *constrangimentos tecnológicos*, que se referem às características de cada meio.

Assim, entendemos que o modo de endereçamento depende de, se estrutura a partir das características de cada meio, tanto no que se refere ao suporte quanto às

²⁰ Para uma discussão mais detalhada do conceito de modo de endereçamento, sua vinculação à *screen theory* e as atualizações elaboradas pelos cultural studies, em especial pelos estudos de recepção, ver GOMES, 2006.

formas culturais (WILLIAMS, 1997) adquiridas por cada meio em sociedades particulares. Nessa perspectiva, por exemplo, a televisão difere do cinema em termos de suas possibilidades técnicas, de seus recursos de linguagem, dos gêneros adotados, da relação estabelecida com o público numa perspectiva histórica, das convenções que regulam as expectativas da audiência para cada um dos meios.

Analisando programas jornalísticos televisivos, John Hartley partilha a concepção de que modo de endereçamento se relaciona à construção de uma imagem da audiência: “o modo de endereçamento parece bastante próximo das pressuposições sobre quem e o que a audiência é. Estas pressuposições requerem a construção de uma imagem da audiência para quem o jornalista trabalha cotidianamente” (cf. 2001, p. 93). Sua argumentação e os procedimentos de análise que adota enfatizam a linguagem empregada pelo programa, sua estrutura narrativa e argumentativa.

Na nossa abordagem, o conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta “orientação para o receptor” é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do *apelo* de um programa para os telespectadores (cf. HARTLEY, 2001, p. 88). O modo de endereçamento, em Hartley, se refere ao *tom* de um telejornal, àquilo que o distingue dos demais e nessa perspectiva, portanto, o conceito nos leva não apenas à imagem da audiência, mas ao *estilo*, às especificidades de um determinado programa.

Aqui, portanto, adotamos o conceito de modo de endereçamento naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo e do seu estilo. Nessa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento se refere ao **modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais.**

Conclusão

Há uma certa tendência, em especial, na crítica acadêmica ou cultural da TV, a se tomar a TV popular como sinônimo de baixa qualidade. Popular, então, desqualifica tanto um certo tipo de TV quanto a sua audiência. Nesse caso, a TV que efetivamente temos não deveria ser objeto de avaliação da qualidade, o que nos coloca diante de uma armadilha: ou levamos a sério apenas a TV que seja digna da atenção da parcela mais culta da população, e saímos garimpando, a partir de critérios estéticos, exemplos de quando a TV produziu o melhor de si, ou reiteramos a denúncia da TV comercial, popular, de baixa qualidade e, junto com ela, seu público. Propomos que, para o julgamento de qualidade do telejornalismo, o modo de endereçamento seja explorado: como o endereçamento de um determinado programa é construído, a partir de quais elementos, de quais estratégias (tal como o estilo o é na literatura).

No Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo temos desenvolvido a articulação entre gênero televisivo e modo de endereçamento, tanto para uma discussão sobre qualidade de programas jornalísticos²¹ quanto para outros objetivos de análise ²². Em outros momentos, temos desenvolvido alguns operadores para análise, a saber: pacto sobre o papel do jornalismo; organização temática; contexto comunicativo; mediadores; recursos da linguagem televisiva; recursos técnicos a serviço do jornalismo; formatos de apresentação da notícia; relação com as fontes de informação; texto verbal²³. Neste trabalho, nosso objetivo foi oferecer os pressupostos teórico-metodológicos e a base conceitual para análise da qualidade no telejornalismo.

A associação entre modo de endereçamento e gênero pode se mostrar uma boa base conceitual para avaliação da qualidade porque ambos os conceitos nos permitem a aproximação texto/contexto, nos permitem vincular os programas ao contexto social, aos valores sociais de determinado momento histórico – por exemplo, quando analisamos o pacto sobre o papel do jornalismo, esse pacto é marcadamente histórico e cultural (ver noção de valor notícia, por exemplo). Essa

²¹ Ver GOMES, 2006 e Borja, 2005.

²² Ver GUTMANN, 2005; MAIA, 2005; FERNANDES, 2005; SAMPAIO, 2005; SILVA, 2005; SANTOS, 2004.

²³ Ver GOMES, 2005; GOMES, 2006; Gomes et alii. 2004.

vinculação evita, por exemplo, que se caia numa perspectiva populista, que tende a acolher e referendar o gosto popular sem qualquer visão crítica, sem considerar as estruturas dos sistemas econômicos e culturais e sem considerar as consequências das desigualdades históricas, econômicas e culturais de cada sociedade ²⁴.

Acreditamos que a discussão sobre qualidade no telejornalismo poderia se tornar mais produtiva se, ao invés de olharmos isoladamente cada um daqueles eixos que têm pautado a discussão sobre qualidade no Brasil, para as questões sobre o controle das emissoras, a função social do jornalismo, a popularização da audiência e a qualidade de imagem e som da TV, abordássemos essas questões, que são cruciais, na perspectiva da sua interdependência e a partir do exame de como elas incidem sobre programas jornalísticos concretos. Sugerimos que, do ponto de vista da análise da qualidade, o pressuposto teórico-metodológico de que o telejornalismo é uma instituição social e uma forma cultural deve ser avaliado em sua encarnação concreta num programa específico. Os conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento devem guiar o exame concreto do telejornalismo, considerado, no primeiro caso, a partir da existência de relações sociais e históricas entre as formas que o telejornalismo assume ao longo do tempo e as sociedades em que essas formas são praticadas; no segundo caso, a partir do modo como um programa específico se relaciona com seus telespectadores a partir da construção de um estilo e, ao fazer isso, configura e reconfigura o próprio gênero. A análise da qualidade no telejornalismo deve ser o julgamento sobre o bem-sucedido de um programa específico, realizado em condições históricas, sociais e culturais específicas.

²⁴ Por exemplo, ver SCHRØDER, 1997.

Referências:

- ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro Quarto Poder. Imprensa e compromisso político no Brasil **in Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, vol.1, nº 1, dezembro de 1999;
- BARBERO, Jesús Martín. "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social" **in** SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*, São Paulo: Brasiliense, 1995, 39-68;
- BORJA, Janira Tripodi. **Qualidade e modos de endereçamento no Balanço Geral e Jogo Aberto**, Salvador, Facom/UFBA, 2005, (Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo);
- CAPPARELLI, Sérgio & LIMA, Venício A. de. **Comunicação e Televisão: desafios pós-globalização**, São Paulo, Hacker, 2004;
- CHALABY, Jean. O jornalismo como invenção anglo-americana. Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830 – 19200) **in Media & Jornalismo**, Vol. 1, Nº 3, 2003, 29-50. Capturado em http://revcom.portcom.intercom.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-56812003000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Artigo originalmente publicado no **European Journal of Communication**, Vol. II, nº3, 1996;
- CHANDLER, David. **Semiotics for Beginners** Disponível em www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html, acesso em 15/08/2003;
- FERNANDES, Jair. **Modos de Endereçamento em dois programas de entrevista brasileiros. Um estudo do Roda Viva e do Gordo a Go-Go** Salvador, Facom/UFBA, 2005, (Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo);
- FISKE, John. **Television Culture**, London/New York: Routledge, 1997, 353pp;
- FRANÇA, Vera R. Veiga. Problemas metodológicos e conceituais na análise de programas populares de TV **in** CAPPARELLI, Sérgio; SODRÉ, Muniz & SQUIRRA, Sebastião (Orgs.) **A Comunicação Revisitada**, Porto Alegre: Sulina, 2005, pg. 85-118 (Livro da XIII Compós);
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo. Bases para sua delimitação teórica**, Salvador: UFBA, 2003 (Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- FREIRE FILHO, João. Por uma nova agenda de investigação da história da TV no Brasil. **Contracampo**, vol. 10/11, 2004a, p. 201-217;
- FREIRE FILHO, João. Memórias do mundo-cão: 50 anos de debate sobre o “nível” da TV no Brasil. **in** LOPES, Maria Immacolata Vassallo de e BUONNANO, Milly (orgs.). **Comunicação social e ética**. Colóquio Brasil-Itália, p. 164-180. São Paulo: Intercom, 2005;
- FREIRE FILHO, João. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, abril, nº 7, 2004b, p. 85-110;

- FREIRE FILHO, João. TV de qualidade: uma contradição em termos? **Líbero**, vol. 4, nº 7-8, 2001, p. 86-95;
- GOMES, Itania Maria Mota et alii. “Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão”. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, no **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**, Rio de Janeiro, 2005;
- GOMES, Itania Maria Mota et alii. “Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show” in **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre:Edipucrs, no. 25, dez/2004, p. 85-98;
- GOMES, Itania Maria Mota. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In Elizabeth Bastos Duarte & Maria Lília Dias de Castro (Orgs.) **Televisão: entre o mercado e a academia** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2006;
- GOMES, Wilson da S. Esfera Pública Política e Media. Com Habermas, Contra Habermas. In RUBIM, A.; BENTZ, I.; PINTO, M. J.. (Orgs.). **Produção e Recepção dos Sentidos Mediáticos**, Petrópolis: Vozes, 1998, pg. 155-185.
- GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**, Salvador, UFA, 2003 (tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA);
- GUTMANN, Juliana Freire. **Jornal da MTV em três versões. Gênero e modo de endereçamento como estratégias de mediação musical**, Salvador, UFBA, 2005a (Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- HALL, Stuart. **Representation: cultural representation and signifying practices**, London: Sage, 1997;
- HARTLEY, John et alii. **Conceptos clave en comunicación y estudios culturales**, Buenos aires, Amorortu Editores, 1997;
- HARTLEY, John. **Los usos de la televisión** (Trad. de Juan Trejó Álvarez), Barcelona, Paidós, 2000;
- HARTLEY, John. **Understanding News**, London: Routledge, 2001;
- JANOTTI JR, Jelder Silveira. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático, Niterói, XIV Compós, 2005 (Trabalho apresentado no GT de Cultura das Mídias);
- JENSEN, Klaus-Bruhn. **Making sense of the news**. Towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication, Aarhus/Denmark, Aarhus University Press, 1986;
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**, São Paulo, Editora SENAC, 2000;
- MAIA, Jussara Peixoto. **O Jornal Nacional e o Globo Rural: as relações entre gêneros e modo de endereçamento no telejornalismo**, Salvador,

- UFBA, 2005 (Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- MORLEY, David & BRUNSDON, Charlotte. **The Nationwide Television Studies**, London: Routledge, 1999;
- MORLEY, David & BRUNSDON, Charlotte. **Everyday Television: "Nationwide"**, London: British Film Institute, 1978;
- PARK, Robert E. "A notícia como forma de conhecimento" in STEINBERG, Charles S. (Org). **Meios de Comunicação de Massa**, São Paulo: Cultrix, [1940]1970;
- SAMPAIO, Adriano de Oliveira. **Notícia e Cotidiano: a produção de sentido nos telejornais locais**, Salvador, UFBA, 2005 (Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- SANTOS, Luciana Silva. **Enquadramento e endereçamento na editoria de política dos telejornais locais de Salvador**, Salvador, UFBA, 2004 (Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- SCHRØDER, Kim Christian. Calidad cultural: ¿la persecución de un fantasma? In: DAYAN, Daniel (org.). **En busca del público: recepción, televisión, medios**, Barcelona: Gedisa, 1997, p. 107-125;
- SCHUDSON, Michael. **Discovering the news**. A social history of american newspapers, New York: Basic Books Inc. Publishers, 1978;
- SILVA, Fernanda Mauricio da. **Dos telejornais aos programas esportivos: gêneros televisivos e modos de endereçamento**, Salvador, UFBA, 2005 (dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas);
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979;
- WILLIAMS, Raymond. **Television**. Technology and Cultural Form, 2ª, London: Routledge, 1997;
- WOLTON, Dominique. **O elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão (Trad. de Maria Helena Betencourt Antunes e Bénédicte Houart), Porto: Edições Asa, 1994.