

## ■ Jornal Nacional - Um jornalismo de opinião

Jussara Maia

Jornalista graduada pela Universidade Federal da Bahia, Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, UFBA. Pesquisadora do grupo de Análise de Telejornais da Pós-Com e professora de telejornalismo das Faculdades Jorge Amado e Faculdade Social da Bahia

### RESUMO

O conceito de modo de endereçamento é utilizado aqui para a identificação do tipo de “pacto” firmado pelo Jornal Nacional com o receptor. A etiqueta do gênero televisivo, neste artigo, reúne as contribuições de pesquisadores dos Estudos Culturais, o olhar da Linguística e a noção sociológica do gênero como mediação. Gênero e modo de endereçamento revelam a modulação opinativa do Jornal Nacional fora dos espaços dedicados à opinião.

**PALAVRAS-CHAVE:** gênero televisivo, modo de endereçamento, Jornal Nacional, âncoras e opinião, telejornalismo e opinião

### ABSTRACT

The mode of address' concept is employed to identify the specific “pact” settled by the Jornal Nacional to its receptors. The brand televisual genre, in the present text, brings the contribution of researchers of Cultural Studies, Linguistics e the sociological notion of genre as mediation. Genre and mode of address reveal the opinative form of Jornal Nacional out of the spaces dedicated to opinion.

**KEY-WORDS:** televisual genre, mode of address, Jornal Nacional, anchors and opinion, telejournalism and opinion

### RESUMEN

El concepto de enderezamiento es utilizado en este estudio para identificar el tipo de “pacto” firmado por el Jornal Nacional con el receptor. La etiqueta de género televisivo, en este artículo, reúne las contribuciones de los investigadores de lo Estudios Culturales, de la Lingüística e la noción sociológica de género como mediación. Género y modo de enderezamiento revelan la modulación opinativa del Jornal Nacional fuera de los espacios dedicados a la opinión

**PALABRAS-CLAVE:** género televisivo, modo de enderezamiento, Jornal Nacional, reporteros de opinión, tele periodismo e opinión

O mais antigo noticiário em exibição e de maior audiência da televisão brasileira representa um desafio especial à análise, em decorrência da sua importância para a própria definição do gênero ‘telejornal’ no país. Há mais de 35 anos o Jornal Nacional (JN) é exibido, praticamente, no mesmo horário, por volta das 20 horas, entre as novelas das sete e a das oito horas da noite, com poucas oscilações de horário, antecedido de uma vinheta que é quase a mesma durante todo o período. O conservadorismo expresso na fidelidade à faixa de horário e à logomarca é apenas uma parte da estrutura concebida para tornar-se uma espécie de relógio, capaz de marcar, como demonstrará a análise, não apenas um encontro diário com a audiência. Com uma configuração bastante específica, o telejornal constrói uma visão do Brasil que busca afirmar-se para o público como uma espécie de ‘auto-imagem’ do próprio país. Os operadores são ferramentas que apontam para o modo como o JN marca a trajetória do telejornalismo no Brasil, construindo e reconfigurando referenciais dentro da grade de programação da Rede Globo e da própria atividade jornalística.

Locutor de rádio, o primeiro apresentador, Cid Moreira, que participou da emissão de estréia do JN, em setembro de 1969, permaneceu durante 26 anos apresentando o noticiário ao lado do, também radialista, Sérgio Chapelin. Mesmo tendo sua imagem e *performance* traduzidas pelo público como marcas de reconhecimento do próprio noticiário, a dupla foi substituída. Em abril de 1996, assumiram o comando os jornalistas William Bonner e Lílian Witte Fibe, provocando reações, mas a mudança sinalizava a chegada de ventos novos em meio à utilização de antigas receitas.

O fortalecimento do jornalismo do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a partir do sucesso do lançamento do Telejornal Brasil, o TJ Brasil, ancorado pelo jornalista Boris Casoy, em setembro de 1988, havia sido interpretado pelas Organizações Globo como indicativo da necessidade de mudanças. O modelo do JN tinha exuberância estética, mas não assumia, claramente, o compromisso com uma análise das notícias, com a emissão de um comentário, marca do concorrente, que ostentava bons resultados de audiência, que o transformaram no segundo programa da emissora a atrair publicidade, após o programa de Silvio Santos (cf. REZENDE, 2000, p. 127). A partir de questionários que identificaram a rejeição do público à Lílian Witte Fibe, houve nova mudança, com a sua substituição pela também jornalista Fátima Bernardes que, ao lado de William Bonner, compõe até hoje o par de apresentadores titulares. Atualmente, o casal só é substituído em alguns finais de semana, mais freqüentemente, por Alexandre Garcia, Heraldo Pereira, Chico Pinheiro, Carla Vilhena, Sandra Annenberg e Renato Machado, Márcio Gomes e Ana Paula Padrão.



**Figura 1**  
**William Bonner e Fátima Bernardes**  
**Fonte: JN 24/05/04**



**Figura 2**  
**Chico Pinheiro e Heraldo Pereira**  
**Fonte: JN 29/05/04**



**Figura 3**  
**Márcio Gomes e Ana Paula Padrão**  
**Fonte: JN 19/06/04**

**Figura 4**  
**William Bonner e Márcio Gomes**  
**Fonte: JN 21/06/04**





**Figura 5**  
**Alexandre Garcia e Carla Vilhena**  
**Fonte: JN 05/06/04**

A liderança da audiência no horário, a estabilidade e permanência em exibição de um noticiário que se esforça para acentuar o seu compromisso com o que identifica como um jornalismo de qualidade e os avanços tecnológicos colocados a serviço das comunicações ao longo de quase quatro décadas permitem ao JN apostar numa familiaridade da audiência com o seu formato. É com esta autoridade que o telejornal introduz modificações e reconfigura concepções do telejornalismo numa estrutura noticiosa estreitamente vinculada à proximidade com o telespectador.

Este artigo resulta da análise colhida entre os dias 24/05/2004 e 22/06/2004, com um total de 26 edições. Mas o trabalho analítico do modo de endereçamento pressupõe um acompanhamento mais extenso que, no caso do Jornal Nacional, refere-se a um hábito de audiência que se estende por um período muito mais longo, com um recorte especial em relação aos anos de 2002, 2003 e 2004. Este texto limita-se à análise do tipo de referência de jornalismo utilizado pelo Jornal Nacional. Este foi um dos elementos analisados para a compreensão da natureza particular do mesmo, enquanto representante do que, na pesquisa, foi considerado como o gênero televisivo que deu origem aos subgêneros programa de jornalismo temático e de entrevista, entre outros. Os conceitos de gênero e modo de endereçamento foram empregados de modo produtivo como operadores para a análise.

#### **Do gênero ao modo de endereçamento na relação texto-leitor**

A definição do gênero, sua função e desdobramentos na relação texto e leitor suscitam discussões nas várias áreas envolvidas no estudo da complexidade do processo comunicativo. Ao lado da abordagem marcada pelo olhar sociológico, trazida por Martin-Barbero, se somam os trabalhos desenvolvidos por teóricos da crítica literária e da teoria da mídia que reivindicam a definição e o papel do gênero na construção de seus

leitores no texto, como estratégia de interação e como agente de interpelação de posições-de-sujeito, social e ideologicamente identificados. Daniel Chandler (1997)<sup>1</sup> destaca a importância do gênero no processo de construção do leitor pelo texto e para situá-lo dentro de um contexto cultural específico, agregando à pesquisa analítica uma perspectiva histórica e afastando a ideologia romântica que defende a ‘originalidade’ do autor e o individualismo criativo como agentes de uma escrita absolutamente nova.

Seguindo a semiótica de Charles Peirce, que reconhecia a existência de um endereçamento na própria constituição do signo ao afirmar que “um signo... se endereça a alguém”<sup>2</sup> (PEIRCE, 1931 apud CHANDLER, 1997, p. 6), Daniel Chandler<sup>3</sup> avança na análise interna do texto e examina a produtividade do conceito de modos de endereçamento. Para o autor, “são os modos que as relações entre endereçador e endereçado são construídas no texto. Para comunicar, o produtor de qualquer texto deve fazer algumas assunções sobre uma audiência pretendida; reflexos de tais assunções podem ser discernidos nos textos” (CHANDLER, 1997, p.6)<sup>4</sup>.

Diferente da abordagem semiótica, no enfoque estruturalista da posição-de-sujeito implicada no endereçamento, o termo sujeito é diferenciado da concepção do indivíduo como produto da natureza. Inscrito nas análises empreendidas no âmbito dos Estudos Culturais, o conceito de posição-de-sujeito é concebido como resultado de uma construção social, da operação da ideologia que transforma indivíduo em sujeito, nos moldes das contribuições de Louis Althusser (1971 apud CHANDLER, 1997, p.7) empregadas nas teorias marxistas sobre o mecanismo de interpelação.

Os modos de endereçamento operam internamente nos textos e, de acordo com Chandler, são influenciados por fatores inter-relacionados. Elementos como o *contexto textual*, representado pelas convenções do gênero e pelas estruturas sintagmáticas; o *contexto social*, que diz respeito à presença ou ausência do produtor do texto, a escala e a composição social da audiência e fatores econômicos; e os *constrangimentos tecnológicos*, que são as características ou limites técnicos do meio, são responsáveis pela diferenças nos endereçamentos. (c.f. CHANDLER, 1997, p.13).

Tomando os códigos textuais como um conjunto de modos de leitura compartilhados pelos produtores e leitores, John Fiske faz uma distinção entre o que chamou de códigos transmitidos (*‘broadcast codes’*), mais amplos e aprendidos com a experiência, e os

1 CHANDLER, Daniel (1997): “An Introduction to Genre Theory”. University of Wales Aberystwyth. Disponível em: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre.html>>. Acesso em: 9 set. de 2003.

2 Tradução nossa para “A sign... addresses somebody”. (PEIRCE, 1931 apud CHANDLER, 1997, p.6)

3 CHANDLER, Daniel (1997): “Modes of Address”. University of Wales Aberystwyth. <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem08b.html>>. Acesso em 9 set. de 2003.

4 “The ways in which relations between addresser and addressee are constructed in a text. In order to communicate, a producer of any text must make assumptions about an intended audience; reflections of such assumptions may be discerned in the text”

códigos restritos (*'narrowcast codes'*), que são mais sutis e direcionados a uma audiência mais limitada (FISKE, 1989 apud CHANDLER, 1997, p. 17) Mas a identificação dos códigos que podem ser apontados como restritos ou aqueles amplamente conhecidos deve estar inserida no contexto de estudos bastante particulares, uma vez que há o risco de produzir interpretações elitistas e muito específicas. (c.f. CHANDLER, 1997, p. 18).

Como foi concebido em sua origem, nos marcos das análises fílmicas, os modos de endereçamento têm um cunho marcadamente político através da identificação das posições-sociais-dos-sujeitos endereçados nos textos. O objetivo inicial dos estudos realizados pelos teóricos do cinema era a investigação sobre como os processos de produzir e de ver um filme estão envolvidos com instâncias mais amplas da dinâmica social e das relações de poder. A preocupação estava voltada para as influências dos modos de endereçamento dos filmes na estrutura social, nos posicionamentos políticos e na formação de subjetividades particulares.

Os estudos defendiam que os espectadores tinham que, necessariamente, ocupar as posições-de-sujeito oferecidas através dos modos de endereçamento dos filmes para que pudessem desfrutar dos prazeres configurados na sua história e no seu sistema de imagem. Os filmes eram analisados a partir das suas orientações específicas para um espectador endereçado, através de particulares posições no interior de relações sociais contemporâneas, gostos, desejos, expectativas, atitudes e também aspectos relativos ao gênero, *status* social, raça, nacionalidade.

A observação acerca dos mecanismos através dos quais os modos de endereçamento do filme atuam numa esfera que reúne os aspectos social e individual, segundo Elizabeth Ellsworth, ampliou a percepção do conceito, que passou a ser visto “menos como algo que está *em* um filme e mais como um evento que ocorre em algum lugar *entre* o social e o individual” (ELLSWORTH, 2001, p.13). A questão levantada pelo modo como um filme se endereça a determinadas posições-de-sujeito foi resumida pela autora numa indagação: quem este filme pensa que você é?

Sem uma precisão sobre onde encontrar os modos de endereçamento, Ellsworth aponta para a convocação, a sedução e o convite feitos através da estrutura narrativa e dos sistemas estilísticos para que o espectador assuma uma posição-de-sujeito específica a partir da qual ele deve ler o filme, de “onde” pode ter recompensas. Mas, como o endereçado nunca é totalmente ou apenas aquela posição-de-sujeito, há, invariavelmente, uma distância entre quem o filme pensa que o espectador é e o que o espectador pensa que é resultando, em alguma medida, num “erro” do modo de endereçamento. Cabe ao espectador negociar com as posições que lhe são oferecidas, enquanto, do

outro lado, o filme, em decorrência da necessidade comercial de atingir um público de massa, oferece, sempre, vários modos de endereçamento, vários “lugares” dentro de um mesmo texto.

Mas, mesmo que o espectador real nunca se encaixe com precisão nas expectativas construídas na produção acerca de sua identidade social e individual, que não assuma o lugar endereçado a ele, o texto traz este “local” de reconhecimento, disponível para ser compartilhado com o endereçado. A ocorrência de leituras e prazeres distintos dentro de um mesmo texto, a exemplo da leitura feita por públicos que, normalmente, não estavam endereçados nos filmes, a exemplo dos negros e homossexuais, atesta o papel ativo do receptor na produção de sentido e impulsiona a expansão do conceito de modos de endereçamento.

Apesar da dificuldade em localizar os modos de endereçamento no filme, a autora considera que eles são “produtos da contínua interação entre uma série de aspectos dos usos particulares de forma, de estilo e estrutura narrativa feitos por um determinado filme”. (ELLSWORTH, 2001, p. 46). Dessa forma, é uma situação comunicativa baseada na conformação de uma estratégia de comunicação específica, dentro da referência do gênero fílmico, daquelas propriedades discursivas que foram codificadas como referências históricas, como “modelo de escritura” e “horizontes de expectativas” (cf. TODOROV, 1980).

Voltado para a pesquisa de programas jornalísticos, John Hartley partilha com os estudos fílmicos, em alguma medida, a concepção do conceito ao afirmar que “o modo de endereçamento, como nós temos discutido, parece bastante próximo de uma estreita ligação com assunções sobre quem e o quê a audiência é”.<sup>5</sup> (HARTLEY, 2001, p.93). Mas suas observações acerca do modo de endereçamento detiveram-se no reconhecimento de uma abordagem extensiva aos vários programas jornalísticos, relativas às apropriações de referências do jornalismo pelo telejornalismo.

Com base na percepção de que os programas constroem endereçamentos específicos, Hartley utiliza as inovações introduzidas por Connell (1978 apud Hartley, 2001, 90) na análise das estratégias utilizadas pelo programa inglês *Special Enquiry* para tentar se identificar com a sua audiência:

1. o *mediador* - o apresentador que assume o papel de ligar os telespectadores com as notícias mais importantes do mundo e que personificam a percepção que o programa tem sobre a audiência.

5 Tradução nossa de “Of mode of address we have been discussing, then, seems closely bound up with assumptions about who and what the audience is”.

2. A ‘*vox pop*’ - originário do latim, o termo foi traduzido para o jargão profissional como povo fala e refere-se às entrevistas de homens e mulheres comuns que são utilizadas para legitimar a cobertura, mostrar que a notícia interessa, de fato, às pessoas comuns e, também, para oferecer um nível de identificação com a audiência.

3. A *investigação/ entrevista dura* - entrevistas realizadas para mostrar que o programa está identificado com o desejo da audiência de investigar e conhecer a verdade por trás dos fatos. O programa posiciona-se com a colocação de um ‘nós’ para incluir a audiência e procura evidenciar que está assumindo suas preocupações acerca do assunto abordado.

Para facilitar a construção de uma imagem da audiência e de um endereçamento que preserve a posição de independência, autonomia e de compromisso com o paradigma da objetividade jornalística, as organizações da mídia elaboram uma noção de *senso comum* que traduz a realidade ambígua e diversificada como uma visão apolítica e consensual dos acontecimentos do mundo. O *senso comum* ajuda a produzir o que Berger e Luckmann (1966 apud HARTLEY, 2001, p. 97) chamam de “manutenção da realidade” (“*reality-maintenance*”), implícita na estratégia discursiva da *conversação*, largamente empregada pela mídia, que espera que seus programas sejam tratados como casuais, inseridos na vida diária. Sem precisar de muitas palavras, a conversação se desenrola sobre uma percepção de mundo “pressuposto” (“*taken for granted*”) através de suas três características principais: a casualidade expressa pela rotina, da acumulação própria da repetição diária do contato e da abordagem superficial de fenômenos que são vistos e vivenciados no dia-a-dia. Ao nível da análise do modo de endereçamento de um noticiário particular em um contexto específico, é preciso levar em conta a configuração da noção de *senso comum* relativo, particularmente, àquele telejornal. Como cada telejornal produz a sua noção de *senso comum* é possível, então, analisar como esta é produzida como parte do seu modo de endereçamento.

Um dos conceitos na comunicação e nos Estudos Culturais, o modo de endereçamento é definido como uma questão de alta política e resultado da percepção que as organizações midiáticas têm da audiência e de si mesmas. Considerado a partir da relação estabelecida através de um texto, o conceito “é também *ideológico*; é uma parte do processo de *interpelação*, no qual a *comunicação massiva* chama ou interpela os indivíduos como *sujeitos* de seu discurso”<sup>6</sup>. (O’SULLIVAM; HARTLEY, 1997, p. 228).

O conceito de modos de endereçamento foi utilizado na primeira pesquisa empírica de recepção, realizada pelo sociólogo David Morley, no âmbito dos Estudos Culturais

6 Tradução nossa para: “es también *ideológico*; es una parte del proceso de *interpelación*, en que la *comunicación masiva* <llama> o interpela a los individuos como *sujeitos* de su discurso”.



ingleses, para a análise do modo particular do *Nationwide*, programa inglês de formato revista-programa de variedades, dirigir-se à sua audiência. Os resultados foram publicados em 1978, no livro *Everyday Television: "Nationwide"* e serviram de base para uma comparação com as análises das mensagens feitas por 29 grupos formados por 5 a 10 pessoas, divididas em quatro categorias principais, gerentes, estudantes, aprendizes e sindicalistas, publicadas em 1980, em "*The "Nationwide" Audience*". Interessados em verificar a ocorrência das três posições previstas por Stuart Hall no texto de Codificação e Decodificação, as leituras dominante-hegemônica, oposicional ou negociada, David Morley e Charlotte Brunson (1999) compararam o modo de endereçamento do programa com as leituras realizadas por sujeitos-receptores, levando em conta fatores sociais como classe social, sexo, idade, raça, nível de escolaridade.

Mas, de modo distinto dos estudos filmicos que buscavam identificar os modos de endereçamento, Morley utilizou o conceito na perspectiva de um único modo específico, de uma forma de expressão particular, utilizada para conduzir a troca comunicativa, decorrente da imagem que o programa tem da sua audiência. O autor faz uma alusão explícita à relação entre o conceito e os estudos literários, sinalizando para uma utilização distinta do conceito como instrumento metodológico de análise.

O conceito de 'modo de endereçamento' designa as formas comunicativas específicas e práticas de um programa que constituem o que pode ser identificado na crítica literária como seu 'tom' ou 'estilo'. [...] O modo de endereçamento estabelece a forma da relação que o programa propõe para / com sua audiência. (MORLEY & BRUNSDON, 1999, p. 262)<sup>7</sup>.

### Operadores de análise do modo de endereçamento

Os operadores de análise empregados nesta pesquisa são resultantes da trajetória do grupo de pesquisa Análise de Telejornais, coordenado pela professora doutora Itania Maria Mota Gomes, do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Resultam do envolvimento, de modo paralelo, de metodologias de pesquisadores filiados aos Estudos Culturais e o esforço analítico para identificação das propriedades do modo de endereçamento dos telejornais. Até o momento, a metodologia envolve nove operadores com funções específicas para uma aproximação analítica dos obje

<sup>7</sup> Tradução nossa para "The concept of 'mode of address' designates the specific communicative forms and practices of a programme which constitute what would be referred to in literary criticism as its 'tone' or 'style'. [...] The mode of address establishes the form of the relation which the programme proposes to/with its audience"

tos: pacto sobre o papel do jornalismo; mediador; temática, organização das editorias e proximidade com a audiência; contexto comunicativo; texto verbal; formatos de apresentação da notícia; relação com as fontes de informação; recursos da linguagem televisiva e recursos técnicos a serviço do jornalismo. É preciso entender o que representa este operador para a compreensão do processo de análise do tipo de pacto sobre o papel do jornalismo que é construído pelo Jornal Nacional, o que vai permitir a observação do processo de construção de uma certa ‘posição de fala’ pelo noticiário para se dirigir à sua audiência.

### **Pacto sobre o papel do jornalismo**

Este operador observa as características do pacto que o programa constrói com os telespectadores sobre o papel do jornalismo. É um dos mais importantes elementos pela função que cumpre na metodologia, de ligar aspectos relativos ao gênero programa jornalístico com as especificidades dos acordos estabelecidos de maneira particular no subgênero através do seu modo de endereçamento. O pacto que cada texto estabelece com a sua audiência vai orientá-la sobre o que pode esperar do programa, que deve manter-se entre os referenciais do gênero programa jornalístico e das atualizações produzidas pelas influências do ambiente cultural, histórico e social sobre a estrutura genérica.

A inclusão de uma informação em um programa jornalístico está diretamente ligada à relação construída entre programa e audiência através dos critérios de noticiabilidade empregados para selecionar o que deve ser exibido. Componente da noticiabilidade, os valores/notícia traduzem a resposta à pergunta: “quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2003, p. 202). A definição da notícia como interessante, significativa e relevante para ser exibida envolve escolhas diretamente ligadas à imagem que o endereçador constrói do endereçado.

A *entrevista investigativa*, para John Hartley, traduz um entendimento comum entre programa e audiência acerca do papel do jornalismo, por expressar no texto a posição que assume como aquela que o programa acredita ser a preocupação da audiência. Em outras palavras, o pacto assumido pelo programa está diretamente ligado ao que o programa acredita ser o que a audiência que pretende conquistar entende como sendo parte da função do jornalismo. Por esta razão, este operador tem uma relação tão íntima com a natureza das marcas do próprio gênero programa jornalístico. O pacto que

determinado programa vai propor está, obrigatoriamente, dentro dos referenciais do pacto assumido pelo jornalismo na sociedade.

A função de *vigilância* representa um dos pactos possíveis ao assumir, como foco de atenção, o acompanhamento dos acontecimentos nas várias esferas da vida social, com a preocupação de divulgar fatos e posições que possam ser considerados contrários aos interesses da sociedade. A intensidade com que o programa atua nesta função pode variar do papel comum que os programas assumem como representantes do público, ao posicionar-se a partir de um 'nós' inclusivo na *entrevista investigativa*, até o jornalismo denúncia, preocupado em expor uma realidade de transgressão e desrespeito às regras e normas sociais.

A função de *conversação social* permite que o programa assuma uma posição mais suave dentro do papel de representante dos interesses da audiência. Aqui o caráter informativo de relato dos acontecimentos é conformado com a missão predominante de alimentar a conversação cotidiana que visa à formação da opinião pública sobre a realidade social.

A função de *entretenimento* é uma outra abordagem sobre o que o jornalismo pode assumir como parte de seu papel e demarcar as escolhas feitas por determinado programa. Os programas de jornalismo temático voltados para cultura e esporte, bem como os que abordam os bastidores da produção cinematográfica ou televisiva estão inseridos na função de entretenimento e outros tantos se multiplicam nos canais das emissoras de tevê por assinatura. Essa atribuição do jornalismo está inserida na identificação que Marques de Melo (1985, p. 26) faz na classificação do Jornalismo diversional. Para além da discussão sobre a inserção do entretenimento como parte das funções do jornalismo, Harris Watts, autor de um manual para a produção de filme e vídeo da BBC, considera que todas as produções televisivas devem entreter para que possam construir uma audiência.

De fato, a definição mais útil para entretenimento é 'alguma coisa que as pessoas querem ver'. Não implica entreter só no sentido de 'vamos sorrir e cantar'. Pode interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertar sua vontade de assistir. Isso é entretenimento. (WATTS, 1990, p. 20).

Na realidade dos programas jornalísticos atuais, voltados para uma audiência muito ampla e diversificada, está em expansão a tendência à hibridização ou mesclas não apenas dos formatos de apresentação da notícia, como também dos pactos sobre o papel do jornalismo. Mas, ainda assim, um modo de endereçamento particular pode ser identificado com a prevalência de matérias que se encaixam em mais de um dos tipos de

acordos que podem ser feitos entre programa e audiência no ambiente do jornalismo televisivo.

### **Pacto sobre o papel do jornalismo no Jornal Nacional**

O JN constrói e reafirma diariamente a sua própria identidade junto ao público, sendo este operador aquele que mais indica o endereçamento do noticiário. Ao longo das edições é possível encontrar marcas que sinalizam para o telespectador quais são os referenciais que balizam o posicionamento do telejornal. Aspectos que compõem as bases elementares do jornalismo na sociedade são destacados em interpretações particulares, enquanto outros são silenciados, de modo a conduzir o telespectador a um viés interpretativo que o JN assume, de modo específico, como seu compromisso.

Definida por Nunes (2003) como “a capacidade de não se envolver pessoalmente, de não emitir juízos”, a objetividade, tão defendida como referencial do exercício do jornalismo, apesar de ser inexequível na construção de qualquer discurso pela natureza das escolhas feitas para sua expressão, é reivindicada pelo noticiário, mas ganha contornos especiais no JN. No esforço para marcar e firmar, explicitamente, o pacto com a audiência sobre o compromisso do jornalismo praticado pelo telejornal com a isenção e a ausência de posicionamentos ou julgamentos em relação às notícias, os espaços para a opinião são, a princípio, claramente diferenciados.

O comentário é identificado através do crédito de ‘comentarista’ em caracteres e com o formato distinto daquele utilizado para os apresentadores. Os comentaristas são exibidos em outro cenário, que conta apenas com a logomarca do JN, mas sem a redação ao fundo, de modo a acentuar a posição distanciada daquela assumida pelos apresentadores/jornalistas. O mesmo acontece com a crônica que, apesar de não integrar a amostra, por ser muito rara no noticiário, foi apresentada por Pedro Bial, na edição do dia da morte do presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho, em 07/08/2003. O formato do editorial, utilizado na mesma edição, de 07/08/2003, também é incomum e demarcado, mas de modo diferente. Mantendo-se no mesmo cenário, o apresentador avisa a audiência que se trata de um editorial e deixa explícita a leitura do texto, ao dizer antes de começar, literalmente, “abre aspas” e, ao terminar, “fecha aspas”. Desse modo, o apresentador destacou o posicionamento das Organizações Globo, neste dia, em relação à continuidade do compromisso com o jornalismo defendido pela emissora, apesar da morte do seu presidente. O JN é sempre escolhido, entre os quatro telejornais da Rede, para transmitir as opiniões do grupo, como conglomerado empresarial da área de comunicação.

Com sua imagem estreitamente ligada aos assuntos da esfera política em todas as participações em programas da emissora, Franklin Martins faz comentários vinculados a esta área, sem dias específicos, mas sua presença está diretamente ligada a acontecimentos políticos marcantes. Na amostra, sua participação acontece nos dias 03/06, 17/06 e 22/06/2004. No dia 03/06/2004, fez comentários imediatamente após a exibição da reportagem de Zileide Silva, em Brasília, sobre as críticas feitas ao Governo Federal pelo novo presidente do Superior Tribunal de Justiça, Nelson Jobim, ao tomar posse no cargo. Martins faz um comentário sobre a vitória do Executivo federal na aprovação do salário mínimo de R\$ 260,00, na Câmara dos Deputados. No dia 17/06/2004, após reportagem de Delis Ortiz sobre a derrota do governo na votação do salário mínimo de R\$ 260,00, no Senado, o comentário repercute o fato na relação entre Executivo e Legislativo Federal. No dia 22/06/2004, após reportagem sobre a morte do ex-governador Leonel Brizola, o comentário foi sobre a consternação dos amigos e políticos em Brasília e a configuração do novo contexto político.



**Figura 6**

**Brasília compõe o cenário para o comentário político**

**Fonte: JN 17/06/2004**

Com uma atuação mais abrangente em relação ao conteúdo editorial de seus comentários sobre assuntos nacionais e internacionais, o cineasta Arnaldo Jabor participou de três das quatro edições de sexta-feira da amostra, exceto a do dia 04/06/2004, sempre em tom de crônica e com um estilo bastante pessoal de crítica. As fraudes identificadas nos processos de compra de medicamentos pelo Ministério da Saúde envolvendo funcionários públicos, foram o assunto do comentário do dia 28/06/2004. A realização de um arraial junino para comemorar o aniversário de casamento do presidente Luís Inácio Lula da Silva foi ironizada no comentário de 11/06/2004, enquanto a execução de um

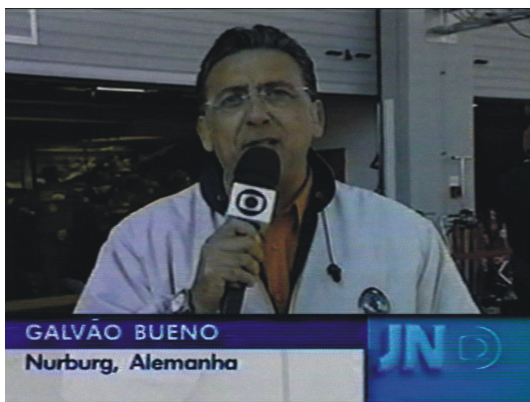
refém americano por terroristas iraquianos foi o tema do comentário do dia 18/06/2004.

**Figura 7**  
Arnaldo Jabor em cenário com apenas a logomarca do JN  
Fonte: JN 11/06/2004



Galvão Bueno é o único comentarista que recebe um tratamento diferenciado, já que, diferente dos dois anteriores, sequer é identificado nesta posição através do crédito em caracteres, que exhibe apenas o seu nome. Em geral, faz os comentários sobre variadas modalidades esportivas, mas, mais predominantemente, jogos de futebol. Em transmissões *ao vivo* ou gravadas, o comentarista tem sua atuação mesclada ao papel de um repórter do local dos acontecimentos, mas com a diferença de que ele tem total liberdade para fazer análises, criticar e antecipar tendências quanto aos resultados.

A escolha sinaliza um tratamento diferenciado do JN com a editoria de Esportes, bastante útil para possibilitar que o noticiário atue como espaço de convocação da audiência para os eventos transmitidos na grade de programação da emissora<sup>8</sup>, vinculados ao entretenimento. Invariavelmente, os comentários de Galvão Bueno são emitidos antes da apresentação de eventos esportivos, exibidos, posteriormente, pela Globo.



**Figura 9 - Galvão após reportagem sobre corrida de Formula I**  
Fonte: JN 29/05/2004

<sup>8</sup> As competições são um dos 'acontecimentos midiáticos', gênero identificado por Daniel Dayan e Elihu Katz, como resultado de uma espécie de 'contrato' entre os organizadores do acontecimento, os canais de televisão e a audiência. (DAYAN, KATZ, 1994, P. 37).

**Figura 8 - Galvão, sem crédito,  
em chamada para transmissão de  
jogo de futebol**

Fonte: JN 02/06/2004



Mas, apesar do esforço em demarcar os espaços de opinião, à exceção da editoria de Esportes, a análise demonstra que, além das nuances de comentários implícitos no sistema gestual amplamente utilizado pelos mediadores, o JN emite, claramente, opiniões, críticas e elogios, que procura camuflar com o destaque para as imagens e para a declaração de instituições legítimas para opinar sobre o assunto. Na edição do dia 01/06/2004, William Bonner abre o noticiário, após a escalada, com um texto que, ao mesmo tempo em que emite a opinião do JN, refere-se à posição da Polícia, afirmando:

Loc: Boa noite. Você vai assistir agora o resultado de uma investigação bem feita e o sucesso de uma operação que levou para a cadeia o homem que a polícia acusa de ser o maior contrabandista em ação no Brasil. Mas por outro crime: uma tentativa de subornar, simplesmente, o deputado que preside a comissão parlamentar de inquérito da pirataria no Brasil.

No final deste mesmo bloco, William Bonner (WB) e Fátima Bernardes (FB), que a partir daqui serão referidos pelas iniciais entre parênteses, assim como os outros apresentadores, fazem a chamada para o segundo bloco com um texto carregado de ironia e crítica explícitas, através da construção e exploração de antíteses. É uma construção textual muito distante do caráter impessoal defendido pelo JN:

Loc WB: Daqui a pouco, notícias de um mundo cor-de-rosa.

Loc FB: Vereadores aumentam os próprios salários.

Loc WB: Ministros do Tribunal Superior do Trabalho reforçam o próprio contra-cheque.

Loc FB: No mundo dos simples mortais, o governo anuncia um desconto no Imposto de Renda.

Conduzindo o telespectador para interpretar as notícias, mesmo antes de apresentá-las, o noticiário assume o compromisso com o perfil de jornalismo que pratica, seguido de uma orientação para o público sobre como avaliar criticamente os fatos jornalísticos. Na edição de 07/06/2004, a abertura do noticiário informa:

Loc (WB): O jornal Nacional abre esta edição com dois retratos da educação no Brasil: o primeiro provoca um sentimento de indignação e o segundo desperta preocupação. É importantíssimo que você veja as duas reportagens. Num planeta em que se exige tanto preparo, tanto estudo dos candidatos a um emprego, elas ajudam a medir o desafio que o Brasil precisa vencer.

A reportagem exibida em seguida, realizada em Vila Velha, no Espírito Santo, mostra a realidade de uma escola onde alunos de duas séries diferentes têm aula na mesma sala, com a mesma professora, no mesmo horário. A edição das imagens e o uso do *BG* servem para mostrar que, enquanto a professora fala com uma turma, o aluno da outra turma que está fazendo uma atividade ouve as explicações e, nas sonoras, os estudantes declaram que perdem a concentração. Mas a metodologia é defendida, no final da reportagem, pela gerente da Secretaria de Educação do Estado. Após a matéria, a apresentadora lê o texto da *cabeça* da outra reportagem referindo-se, de modo implícito, ao posicionamento da última entrevistada do *VT* anterior, chamando-a de burocrata:

Loc (FB): No ambiente silencioso e confortável dos gabinetes burocráticos brotam idéias de burocratas e freqüentemente elas são anunciadas como a solução definitiva das mazelas nacionais. O problema é que essas idéias têm que ser aplicadas no mundo real e no mundo real é assim: de cada dez alunos novatos numas das mais importantes universidades públicas do Brasil, seis têm rendimento abaixo da média em matérias básicas do curso, por que será?

Em seguida, é exibida uma reportagem sobre a iniciativa da Universidade Federal de Pernambuco de dar aulas de assuntos básicos do ensino fundamental e médio que os alunos já deveriam saber, já que, sem o reforço, o índice de reprovação nas disciplinas iniciais dos cursos é muito alto.

Na edição do dia seguinte, em 08/06/2004, o noticiário recorre mais uma vez à ironia para dar uma notícia que, como as anteriores, traz um conteúdo informativo de muita seriedade na apuração dos fatos, apresentação de números e estatísticas.



Loc (FB): Boa noite. O JN começa hoje com uma contribuição para as pessoas que estudam os problemas brasileiros, as causas e as possíveis soluções dos males nacionais. Os nossos repórteres vão mostrar exemplos de como o dinheiro de todos pode ser usado de maneira inusitada. A reportagem é de Luiz Gustavo.

Realizada em Uberlândia, Minas Gerais, a reportagem é repleta de exemplos de projetos de vereadores que tentam destinar recursos públicos para entidades ligadas a interesses particulares, escusos e/ou banais. Entre os casos citados estavam o Clube do Truco (um jogo de cartas), o Clube de Passarinheiros e algumas empresas privadas, a exemplo de uma escola que cobra mensalidade de R\$ 400, enquanto um hospital de tratamento de câncer receberia apenas 1/5 do valor estipulado para as outras organizações.

A ironia é um recurso amplamente utilizado pelo noticiário na formulação de críticas ao fato abordado. Mas o JN faz estas colocações de modo estratégico, produzindo critérios de noticiabilidade particulares para posicionar-se na defesa dos direitos e deveres relacionados a uma sociedade que almeja o desenvolvimento, considerando-se e assumindo uma posição de seu porta-voz. De modo mais problemático, o noticiário recorre a um recorte, também arbitrário, da função referencial e da veracidade da notícia, exigidas pelo jornalismo, a partir de um compromisso ético e moral com a sociedade, tão defendido pelo telejornal.

Apoiado nas informações exibidas em reportagens que valorizam as imagens, sonoras, ilustrações, animações, mapas e caracteres, o JN constrói para o noticiário uma certa legitimidade para emitir a crítica. O pesquisador Klaus Jensen <sup>9</sup> (1986), em sua argumentação para a definição da notícia como um gênero do discurso, lança luz sobre a abordagem prática do modelo jornalístico e coloca a objetividade como uma das três características que acentuam o tratamento privilegiado da notícia, ao lado da imparcialidade e da compreensão. O autor destaca que a objetividade buscada é substituída pela verificabilidade dos dados. Assim, a apresentação de notícias fortemente embasadas em informações passíveis de serem verificadas seria responsável pela autoridade com que os noticiários apresentam a notícia e, no caso do JN, para que o telejornal abdique da linguagem impessoal para adotar uma formulação textual mais contundente e explícita.

Um exemplo simbólico da construção de um critério de noticiabilidade e de uma verdade, próprios do JN, foi a reportagem exibida no dia 03/06/2004, no final do tercei

9 "Primeiro, objetividade é visada dentro de um senso estrito e literal de factualidade ou verificabilidade dos dados. Tais dados são preferidos por serem muito informativos, mas são interpretativos e, por esta razão, são, claramente, afirmações controvertidas". Tradução minha para o seguinte texto: "First, objectivity is aimed for in the literal and narrow sense of the factuality or verifiability of the data. Such data are preferred to rather more informative but interpretative and hence explicitly controversial statements" (JENSEN, 1986, p. 60)

ro bloco. A matéria foi sobre o afundamento de um rebocador que não tinha qualquer marco histórico em sua trajetória de serviços prestados que justificasse os momentos de fama que a ele foram dedicados pelo telejornal. O único valor-notícia que poderia ser conferido à embarcação seria as imagens submarinas, o que se situaria nos critérios relativos ao meio, segundo a classificação de Mauro Wolf<sup>10</sup>. Mas as imagens que foram exibidas no final da matéria não eram do barco recém-submerso, apesar de não contar com qualquer selo que indicasse tratar-se de imagem de arquivo. Para produzir as belas imagens, amplas e panorâmicas, foi utilizado um helicóptero, o repórter fez a *passagem* com roupa de mergulho, sugerindo que mergulharia, mas, em seguida, as imagens só mostram as bolhas provocadas pela imersão. Também para conferir valor-notícia, foram ouvidos um mergulhador e um professor da Universidade Federal de Pernambuco que atestam que, no futuro, o rebocador tornar-se-á um recife artificial. Na *cabeça*, o apresentador busca atrair a atenção do telespectador e diz o seguinte texto:

Loc (WB): Um barco rebocador aposentado vai se transformar em recife artificial. Ele foi afundado hoje no litoral de Pernambuco. A reportagem é de Francisco José.

Na reportagem, enquanto, no texto em *off*, o repórter diz “*quando o mau tempo passar e a água do mar voltar a ficar cristalina, o rebocador naufragado hoje vai ficar um autêntico viveiro*”, são exibidas belas imagens de um cardume nadando em torno de uma embarcação já coberta pela vegetação marinha. As imagens não são as do barco afundado, mas do arquivo da emissora que dispensa, aqui, a indicação através do selo ‘arquivo’.

Mesmo fora da amostra analisada, vale lembrar que o livro *Jornal Nacional - A Notícia faz história* (2004), escrito por historiadores contratados pela emissora, defendeu a Globo da acusação de não ter noticiado o megacomício do movimento Diretas Já, no dia 25 de janeiro de 1984, em São Paulo. O texto do livro, comentado pela revista *Veja*<sup>11</sup>, lembra que a reportagem de Ernesto Paglia mostrou o evento, que contou com a participação de milhões de pessoas. Mas a emissora admite que a *cabeça* lida por Marcos Hummel (“*Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé*”) gerou a controvérsia porque interpretou o comício como parte das comemorações pelo aniversário da capital paulistana.

<sup>10</sup> “Na informação televisiva, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento concerne também à possibilidade de ele fornecer um “*bom*” *material visual*[grifo do autor], ou seja, imagens que não apenas correspondam aos padrões técnicos normais, mas que também sejam significativas, que ilustrem os pontos de destaque do evento noticiado”. (WOLF, 2003, p. 219).

<sup>11</sup> LIMA, João Gabriel. A guerra atrás das câmeras. *Veja*. São Paulo, 1 set 2004. Especial, p. 100.

O exemplo do rebocador, citado antes, apesar de banal, tornou-se significativo exatamente por não envolver questões mais polêmicas e de repercussão mais profunda para o processo de *conversação social* a que se propõe o JN. Esta é a principal marca do pacto que estabelece com a audiência, mas com uma dimensão de jornalismo própria do JN, que sinaliza para a audiência os referenciais do seu compromisso.

O jornalismo assumido pelo JN posiciona o noticiário numa relação de defesa e afirmação de valores ligados à cidadania, destacando e denominando os protagonistas dos fatos noticiados como cidadãos. Este olhar da notícia acompanha o posicionamento do telejornal de acentuar um certo nacionalismo, definido aqui, segundo o dicionário, como “preferência pelo que é próprio da nação à qual se pertence e doutrina que prega a autodeterminação política e uma política de desenvolvimento baseada nos interesses nacionais” (XIMENES, 2000, p. 522). Este nacionalismo na abordagem dos acontecimentos permite, ao mesmo tempo, a configuração de um pacto comprometido com os ‘interesses do Brasil e dos brasileiros’, enquanto amplia o alcance das reportagens às várias regiões do país. Temas variados são interpretados através de aspectos ligados ao exercício da cidadania, apontando para o telespectador os referenciais a serem valorizados e seguidos. Este foi o tom explícito das *cabeças* das reportagens do dia 03/06, 07/06 e 14/06/2004:

Loc (WB): Cidadãs brasileiras que esperaram dez anos por uma decisão da justiça dos Estados Unidos estão revoltadas. Elas tiveram problemas com próteses de silicone e vão receber uma indenização bem menor do que as mulheres americanas. (03/06/2004)

Loc (FB): No Brasil que existe formalmente, dentro da lei, mulheres têm encontrado trabalho de importância imensa. A repórter Elaine Bast mostra cidadãs que decidiram ser mães, mas por profissão. (07/06/2004)

Loc (WB): O escândalo da máfia do sangue, que se tornou conhecido depois da chamada “Operação Vampiro”, produziu um efeito devastador nos bancos de sangue brasileiros. As doações despencaram, apesar de uma coisa não ter absolutamente nada a ver com a outra. E num momento em que milhares de doentes precisam tanto de sangue, é bom que se conheça um cidadão catarinense chamado Orestes. (14/06/2004)

Na edição do dia 01/06/2004, o JN introduz o noticiário chamando a atenção, já na escalada, para o seu compromisso com o exercício de um jornalismo investigativo e

defensor dos referenciais da legalidade, através do destaque para a cobertura exclusiva da prisão do chinês acusado de operações ilícitas, Law Kin Chong.

Loc (WB): Exclusivo.

Loc (FB): O Jornal Nacional conta a história da prisão do maior contrabandista do Brasil.

Loc (WB): O homem que tentou subornar o presidente da CPI da pirataria (imagens com caracteres da conversa).

Loc (FB): O homem que mandou o advogado entregar o dinheiro do suborno (imagens, com caracteres, da conversa).

Loc (WB): Nossos repórteres contam o passo a passo de uma investigação bem sucedida.

Destaque semelhante foi dado à reportagem sobre a suspeita do Ministério Público acerca do envio ilegal de recursos para o exterior pelo ex-governador Paulo Maluf, no dia 16/06/2004, que contou com a seguinte introdução da escalada:

Loc (FB): O Jornal Nacional apresenta um documento com exclusividade.

Loc (WB): Uma carta manuscrita com instruções para movimentar milhões de dólares no exterior.

Loc (FB): A assinatura do ex-prefeito Paulo Maluf (imagens da carta).

Loc (WB): E o dinheiro nunca foi declarado.

O referencial de jornalismo concebido pelo noticiário para a sua audiência ressalta o compromisso com a função social e com um estado de alerta do JN que, assim, pode oferecer coberturas jornalísticas que acompanham os acontecimentos mais subterrâneos, enquanto estes se desenrolam. É um sentido de prontidão diferenciado daquele configurado pela transmissão *ao vivo* que também é marcante nas edições do telejornal.

Apesar da denúncia não ser sua marca, o JN inclui, no seu pacto, a concepção de um jornalismo investigativo que utiliza microcâmeras, acessa fitas gravadas, preserva vítimas e testemunhas com efeitos e recursos técnicos para a distorção da imagem e da voz das fontes. Esses recursos foram usados, entre outras, nas reportagens sobre a prisão de Law Kin Chong, acusado de contrabando (01/06/2004); sobre o golpe aplicado em pessoas endividadas por estelionatários que se faziam passar por donos de cartórios (07/06/2004); sobre a perícia nos arquivos do Ministério da Saúde durante a Operação Vampiro, que prendeu funcionários públicos e empresários envolvidos em fraudes em licitações (07/06/2004).

O JN inclui também, no pacto que firma com a audiência, a valorização dos recursos naturais do país, das características culturais regionais e de comportamentos emblemáticos de valores morais e éticos. As três posições estão implícitas de várias formas, mas, na amostra analisada, foram demarcadas com a utilização de vinhetas que conferem a etiqueta de *especial* às matérias.

A vinheta *Identidade Brasil* foi utilizada antes de reportagens sobre festas juninas (PE), exposição de cordel em São Paulo, encenação teatral de resistência da cidade de Mossoró (RN) ao cangaceiro Lampião, festa de Santo Antônio em Barbalha (CE), tombamento de área de Quixadá (CE) como patrimônio histórico e criação de um curso que ensina a fazer o churrasco gaúcho, numa universidade do Rio Grande do Sul.

*Brasil Bonito* foi a vinheta utilizada para apresentar uma reportagem sobre um catarinense que, além de ter doado sangue durante toda a vida, fundou uma associação e faz campanha permanente para estimular novos doadores. Já a vinheta *A Nossa Mata* foi específica, apenas para apresentar uma série de reportagens sobre a Mata Atlântica, em cinco edições, o que permite superar o limite do tempo das matérias, que é próprio do telejornalismo, e oferecer uma cobertura mais profunda e mais extensa do assunto.

Os referenciais do jornalismo praticado pelo JN expressam a construção, junto à audiência, de um pacto de *conversação social* configurado por um tom de defesa do ‘interesse dos brasileiros’. Deste modo, o noticiário posiciona-se como defensor e porta-voz da sociedade e, por isso, autorizado a expressar, nos espaços da informação, um texto crítico/opinativo. Opinião deixa de ser uma concessão aos comentaristas e se inscreve como orientação de interpretação nos textos lidos pelos apresentadores. Reportagens exclusivas, séries e denúncias integram o pacto e, na convergência com os outros operadores, expressam o poder ou a capacidade de produzir coberturas jornalísticas que oferecem extensão e profundidade na abordagem de temas e acontecimentos. É uma opção que serve para contrariar as críticas ao telejornalismo, considerado superficial pela forma cultural que a produção assume no Brasil, com a predominância de matérias de, no máximo, dois minutos nos telejornais.

Princípios como função referencial, veracidade e função social do jornalismo são reconfigurados de modo a construir a legitimidade das interpretações dos acontecimentos feitas no texto do telejornal e na expressão de aprovação ou reprovação assumida pelos apresentadores. A utilização detalhada de dados em caracteres, mapas, ilustrações, animações e Indicadores, ao lado da capacidade de realizar de modo rotineiro transmissões *ao vivo*, disponibilizar imagens e fontes estratégicas para a informação nas reportagens servem de suporte para legitimar as posições defendidas pelo noticiário ao assumir um tom opinativo.

O telejornal coloca-se, de maneira formal, como tradutor e produto de todo o percurso da trajetória histórica do telejornalismo brasileiro, para assumir a autoridade de testemunha ocular da história do país e oferece esta memória para partilhar com a sua audiência, presumidamente formada de adultos, um relato que considera ‘objetivo’ dos acontecimentos do país. Esta é a posição que o noticiário constrói para si, sobretudo pelo destaque à sua capacidade de acessar de modo veloz os acontecimentos, para oferecer o relato visual e narrativo produzidos por sua equipe de profissionais, borrando os limites entre ‘fato’ e ‘opinião’, o que o próprio noticiário defende. O forte teor opinativo inserido na conformação do telejornal em contraposição a esta posição de defesa rigorosa dos paradigmas da objetividade e da imparcialidade jornalísticas é a principal marca do noticiário que, assim, revela a opção pela dissimulação de suas escolhas editoriais.

### Referências Bibliográficas

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão Gomes; revisão Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1992. (coleção ensino superior).
- BARBOSA LIMA, Fernando et alii. **Televisão e vídeo**, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985, (Coleção Brasil - os anos de autoritarismo).
- BARBEIRO, Heródoto & LIMA, Paulo R. **Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro. Campus, 2002.
- BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações - Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Trad. José Augusto Seabra, Lisboa: Edições 70, 1957.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é comunicação rural**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção primeiros passos).
- BRUNDSON, Charlotte & MORLEY, David. **Everyday Television: “Nationwide”**, London: British Film Institute, 1978.
- CASSETTI, Francesco & CHIO, Federico di. **Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.
- CHANDLER, David. **“Semiotics for Beginners”** capturado em [www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html), em 15/08/2003.
- DAYAN, Daniel & KATZ, Elihu. **A história em directo - os acontecimentos mediáticos na televisão**. Coimbra: Livraria Minerva, 1994.

- ECO, Umberto. **Lector in fabula**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva S.A., 1979.
- ELLSWORTH, Elizabeth. “Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também.” In Silva, Tomaz Tadeu da (Org.). **Nunca fomos humanos - nos rastros do sujeito**, Belo Horizonte, Autêntica, 2001.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. São Paulo: Ática, 1995.
- GOMES, Itania. **Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os mídia**. Salvador, UFBA, 2000 (tese de doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia).
- \_\_\_\_\_. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. In **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS, dezembro de 2002.
- \_\_\_\_\_. e outros. **Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show**. Texto apresentado no I Colóquio Bahia-Quebec em setembro de 2003.
- HALL, Stuart. The Work of Representation In **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: Sage / The Open University, 1997, 400 pp.
- \_\_\_\_\_. Cultural Studies and its Theoretical Legacies, New York: Routledge, 1992, p. 277-286, Tradução de Cláudia Álvares. In: **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. SOVIK, Liv (org). Tradução Adelaine La Guardiã Resende e outros. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, 434p.
- \_\_\_\_\_. Reflectios upon the Encoding/Decoding Model: Na Interview with Stuart Hall. In: **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. SOVIK, Liv (org). Tradução Adelaine La Guardiã Resende e outros. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, 434p.
- HARTLEY, John. **Understanding News**, London: Routledge, 2001, 203pp.
- JAKOBSON, Roman. **Lingüística e Comunicação**. Trad. Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 18a ed. São Paulo: Cultrix, 2001.
- JENSEN, Klaus Bruhn. **News of the world**. London and New York: Routledge, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Making sense of the news - Towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication**. Denmark: Aarhus University Press, 1986.
- \_\_\_\_\_. & JANKOWSKI, N. W. **Metodologias cualitativas de investigacion en comunicacion de masas**. Trad. Joan Soler. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1993.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo, Ed. Senac, 2000.
- MARFUZ, Luiz. **A curva e a pirâmide. A construção dramática e (tele)jornalística do**

**acontecimento**. Salvador: UFBA, 1996. (dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia).

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MORLEY, David & BRUNSDON, Charlott. **The *Nationwide* Television Studies**, London: Routledge, 1999.

NOVAES, Adauto. **Rede Imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

NUNES, Carlos Alberto. **Notícia e Linguagem**. Canoas: Ulbra, 2003.

O’SULLIVAN, Tim et al. **Conceptos claves em comunicaci3n y estúdios culturales**. Buenos Aires: Amorroutu Editores, 1997.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV. Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTO, Mauro. **Novos apresentadores ou novo jornalismo? O jornal nacional antes e depois da saída de Cid Moreira**. Comunicação e Espaço Público. Publicação do programa de pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, números 1 e 2, 2002.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil. Um perfil editorial**. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

TRAQUINA, Nelson(org.). **Jornalismo: questões, teorias e <<estórias>>**. Trad. Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1993.

TODOROV, Tzvetan. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 1980. pp 43-58.

VÉRON, Éliséo. Esta ahí, lo veo, me habla. Trad. Maria Rosa Del Coto. In: **Enunciacion et cinema, Revista Comunicativa**, n. 38, Seul, Paris, 1983.

VIZEU PEREIRA JR. Alfredo Eurico. **A audiência presumida nas notícias no caso dos telejornais locais**, Rio de Janeiro, UFRJ, 2002 (tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro).

WATTS, Harris. **On câmera**. São Paulo: Summus, 1990.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Trad. Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979, pp. 179-184.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.