



O Telejornalismo Como um Lugar de Construção do Real e as Representações Sociais no Jornal Nacional¹

Elisa Luna JACQUES²
Alfredo Eurico Vizeu PEREIRA JÚNIOR³
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O telejornalismo é a grande “Praça Pública” do país e a televisão um meio que deve continuar hegemônico no Brasil ainda por um bom tempo em função do contexto social cultural e econômico nacional. Dentro desse campo, observamos que a televisão, mais especificamente o telejornalismo, contribui para a construção das representações sociais do País, das suas mudanças culturais e sociais num ambiente de constante renovação das tecnologias. O olhar se volta para a região Nordeste do Brasil, de como ela é enquadrada e construída diariamente pelo Jornal Nacional considerado um painel do cotidiano dos brasileiros.

Palavras-chave: construtivismo; representações sociais; telejornalismo.

1 A “Praça Pública” do País: o Telejornalismo

Hoje a mídia, em particular, a televisão, mais especificamente, no noticiário televisivo, é a grande “Praça Pública” do País. É um lugar de construção do real em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. No entanto, todo esse processo se desenvolve dentro das regras e normas específicas do campo midiático. Entendemos que a reflexão sobre esses processos, métodos e estratégias discursivas do jornalismo são de fundamental importância quanto a sua relevância, significado e eficácia nas sociedades democráticas.

A nossa preocupação nesta pesquisa é estudarmos o Jornal Nacional como um lugar de construção social de representações de Pernambuco. Ela faz parte de um

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012. Artigo elaborado a partir do subprojeto Pibic 2012-2013, componente do projeto CNPQ “O construtivismo no telejornalismo: as representações sociais do Nordeste do Brasil”, do Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior, em execução na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFPE e bolsista Pibic 2012-2013, email: elisa.luna@ufpe.br.

³ Professor do Curso de Jornalismo da UFPE, orientador do trabalho e bolsista produtividade do CNPQ, email: a.vizeu@yahoo.com.br



projeto mais amplo que estuda o construtivismo no telejornalismo a partir das representações sociais de toda a região Nordeste do Brasil que está sendo desenvolvido pelo professor Alfredo Vizeu, coordenador do Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPE (PPGCOM-UFPE) que analisa as representações sociais no Jornal Nacional e Bandeirantes nas capitais do Nordeste. Antes de entrarmos no nosso estudo consideramos importante e julgamos necessário fazer uma breve apresentação do projeto do pesquisador para contextualizarmos o nosso dentro do seu trabalho.

A agenda diária de cobertura dos fatos pelos telejornais influencia a agenda pública. As consequências desse agendamento e do enquadramento dos acontecimentos feito pelos noticiários sugerem que eles não só nos propõem sobre o que é que devemos pensar, como também nos propõem como pensar (McCOMBS, 2006), (McCOMBS; SHAW, 1993).

Este trabalho tem como objetivo a partir do acúmulo de pesquisa nessa área que já desenvolvemos (VIZEU, 2000), (VIZEU, 2005), (VIZEU, PORCELLO, MOTTA, 2006), (VIZEU, 2008) estudar os telejornais nacionais Jornal Nacional (JN) e Bandeirantes, da Rede Bandeirantes, de Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Piauí e Sergipe para a construção do social e representação social da realidade. Consideramos-o de fundamental para o estudo da cultura, da sociedade e da história da região Nordeste do País.

Acreditamos que esse tipo de pesquisa pode fornecer dados importantes para tentarmos entender como as pessoas constroem “as imagens” dos Estados, suas culturas e suas identidades. A mídia, pela disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá. A hipótese do “agendamento” sustenta que as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula (McCOMBS; SHAW; 1993), (McCOMBS, 2006).

Entendemos que a mídia não é mais só o espaço de reprodução do real, mas, mais do que isso, o “lugar” a quem o próprio real se remete para apontar o processo de suas próprias produção e legitimação. Partindo-se do pressuposto de que a sociedade moderna é caracterizada pela natureza fragmentada da experiência, pela consequente multiplicidade de esferas de legitimidade e pela autonomia das suas dimensões, acreditamos que, no campo midiático, o jornalismo assume hoje um imprescindível papel de mediação, garantindo deste modo à constituição de um sentido comum e a



indispensável coesão social. Como diz Verón (1995), a mídia informativa é o lugar onde as sociedades industriais produzem a nossa realidade.

Para procurarmos dar conta desta caminhada o artigo está dividido em quatro momentos: telejornalismo como um lugar de referência, o conhecimento do jornalismo, a função pedagógica do jornalismo e a operação/construção didática jornalística com a preocupação básica do construtivismo jornalístico e da representação social. Essa divisão tem basicamente uma preocupação didática porque esses momentos não são estanques; pelo contrário, estão imbricados e acontecem de uma forma dinâmica no complexo processo de produção da notícia.

Os trabalhos, dos quais se origina em parte este artigo, se desenvolvem entre março de 2012 e julho de 2013 e fazem parte de uma investigação mais ampla sobre o assunto que deverá se estender até dezembro de 2015. Esse último estudo aborda o construtivismo no telejornalismo a partir do olhar atento e do senso crítico para as construções das representações sociais do Nordeste brasileiro através de telejornais de abrangência nacional.

2 O noticiário televisivo: o enunciador pedagógico

Tuchmann (1983) afirma que o enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e é parte importante dessa por causa do caráter público que é uma característica essencial da notícia. Complementa afirmando que a notícia não só define, redefine, constitui e reconstitui significados sociais; mas também define e redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer coisas: os processos existentes e as instituições. E a função pedagógica ocupa um papel central nesse processo.

As notícias devem ter a preocupação de contribuir para o entendimento do mundo da vida. Verón (1983) vê o jornalista como um *enunciador pedagógico*, que pré-ordena o universo do discurso visando o leitor, que procura orientar, responder-lhe às questões, em suma informar, sempre guardando uma distância do objetivo dele.

Vilches (1989) observa que não se pode esquecer que o telejornal estabelece com o espectador (audiência) uma relação pedagógica, pois ensina como se portar diante do texto televisivo, com que atitude comunicativa e em que condições deve aprender as características do gênero. Ou seja, operando de uma forma pedagógica a notícia faz uma mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público.



Para Mauro Wolf (1994), se a apresentação de notícias consiste na capacidade de traduzir valores-notícia dados como certos em regras de produção, então os critérios da importância e do interesse tem igualmente lugar na fase de apresentação e exigem que entre no jogo quem deve estar interessado nas notícias, o público.

O autor considera que, mesmo tendo à disposição dados e pesquisas sobre o comportamento e hábitos do público, os jornalistas parecem não levar isso muito em conta. Segundo ele, os dados considerados mais significativos estão relacionados com a capacidade de fazer frente às dificuldades em compreender os termos usados e tentar traduzi-los para a audiência. É a função pedagógica que nos referimos anteriormente.

Vejamos um exemplo para deixar mais clara essa preocupação pedagógica. Ao se referir a um exame médico que não é conhecido pela maioria da audiência, o editor, de uma maneira geral, vai ter a preocupação, ao redigir o texto para o locutor, explicar para que serve aquele determinado exame:

Loc: Os médicos ficaram surpresos com o resultado do *exame que registra a atividade linfocitária de um paciente com aids*. O exame é feito para medir a capacidade de defesa imunológica de uma pessoa.

Essa função pedagógica é trabalhada diariamente pelos jornalistas na redação através de uma operação/construção que denominamos de didática (VIZEU, 2005), (VIZEU, CORREIA, 2006). É resultado de uma série de enquadramentos culturais, das práticas sociais, da cultura profissional, dos constrangimentos organizacionais e do campo da linguagem que os jornalistas mobilizam para produzirem notícias (SÁDABA, 2008).

Essa preocupação didática dos jornalistas com a audiência é trabalhada desde os tempos da universidade até o dia-a-dia da redação. No que diz respeito ao mundo acadêmico, o livro de Paternostro: *O Texto na TV : Manual de Telejornalismo*, adotado pela maioria dos cursos de jornalismo do Brasil, é um exemplo disso.

No capítulo que trata do texto coloquial, a autora diz que a tevê tem a obrigação de respeitar o telespectador e transmitir a informação em uma linguagem coloquial e correta. Ela explica que quem assiste ao telejornal só ouve o texto uma vez, por isso deve ser capaz de captá-lo, processá-lo e retê-lo instantaneamente. Não há uma segunda chance.

“Se o telespectador se desligar, não há desculpas: o erro foi nosso. Quanto mais as palavras (ou o texto como um todo) forem ‘familiares’ ao telespectador, maior será o grau de comunicação. As palavras e as estruturas das frases devem estar o mais próximo possível de uma conversa. Devemos usar palavras simples



e fortes, elegantes e bonitas, apropriadas ao significado e à circunstância da história que queremos contar” (PATERNOSTRO, 1999, p.78-85).

A autora, experiente profissional da Rede Globo de Televisão, onde trabalhou como editora, editora-chefe de um jornal de Rede e chefe de redação da *Globo News*, canal de notícias da tevê paga, hoje na função de assessora da direção da empresa, sabe bem do que está falando. Atualmente ela é a responsável pela Gerência de Desenvolvimento de Jornalistas da Globo.

O *Manual de Telejornalismo da Rede Globo* assume um *ar professoral* ao explicar como o telespectador, a audiência deve ser tratada:

“Um dos grandes desafios do telejornalismo é a ‘tradução’ de informações técnicas, a apresentação de pacotes econômicos, a decifração de termos financeiros, etc. Tanto o repórter – na hora de colher as informações – como o redator, na hora de escrever o *off*, a cabeça da matéria deve ser humilde o suficiente para perguntar, pesquisar e simplificar (...). É preferível sermos tachados de *professorais* por uma elite de escolarização a não sermos entendidos por uma massa enorme de telespectadores comuns” (MANUAL DA GLOBO DE TELEJORNALISMO, Central Globo de Jornalismo, 1986, p.23-24).

3 Telejornalismo: um lugar de referência

Em outro trabalho já abordamos de uma forma exaustiva o telejornalismo como a um lugar de construção do real e de referência (VIZEU, CORREIA, 2007). Quando propomos esse conceito temos como hipótese que o jornalismo televisivo representa um “lugar” para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. Assistimos à televisão e vemos o mundo, ele está lá, ele nos vê.

Como explica Giddens (2003) as rotinas diárias desempenham um papel central na sociedade. Por isso defende que a confiança na continuidade do mundo objetivo e no tecido da atividade social depende de certas conexões especificáveis entre os indivíduos e os contextos dos quais se movimenta no cotidiano.

A seguridade ontológica mostra a fé que a maior partes dos seres humanos tem na continuidade de sua identidade própria e na “estabilidade” dos meios circundantes de ação social e material. A crença na fidelidade das pessoas e das coisas, essencial a noção de confiança, é fundamental para os sentimentos de segurança ontológica.



Os trabalhos no campo da recepção no Brasil apontam nessa perspectiva da televisão como um lugar de referência. Num estudo sobre a recepção entre jovens universitários cariocas, Travancas (2007):

“Eu me perguntava, no início deste trabalho, se os jovens assistiam ao *Jornal Nacional* e o que eu faria durante a pesquisa, descobrisse que eles não vêem. Mas, aos poucos, não só fui confirmando o quanto o *JN* é uma referência também para eles, como é fonte de sentimentos os mais variados, que vão do amor ao ódio, jamais da indiferença”. (p.88)

Travancas(2007) explica que na pesquisa constatou que o JN como parte de um sistema mais amplo de comunicação pode afetar e influenciar o conjunto de informações e conhecimentos que esses jovens adquirem, assim como seus projetos pessoais. Ou seja, o telejornal é um lugar de referência para esses jovens num mundo cada vez mais conturbado. Como acrescenta a autora: “Não é à toa que alguns comentavam que, embora o jornal mostrasse tragédias e notícias negativas, assistir ele dava uma sensação de tranquilidade. E comentavam que viam o JN também para relaxar de suas rotinas estressantes e corridas de uma grande metrópole”.(TRAVANCAS, p.95-96)

No mundo do trabalho, a televisão também se coloca como um lugar de referência mesmo diante do olhar crítico dos trabalhadores. Num estudo de recepção que sobre o mundo do trabalho como mediação da comunicação, Paulino(2001) observou que o telejornal se destaca como a programação predileta do trabalhado. Ele se sente informado sobre o que acontece na sua cidade, no seu País e no mundo através do noticiário televisivo.

Como esclarece a autora, o anseio de estar bem informado extrapola o horizonte imediato, da realidade mais próxima. Na investigação ela identificou que para os trabalhadores pesquisados, estar bem informado significa saber das transformações que vão pelo mundo e pelo País. A experiência deles mostra que essas mudanças interferem na vida pessoal e no mundo do trabalho.

Esse lugar de referência da televisão, em particular do telejornalismo, como um espaço também educativo, diria pedagógico, também foi registrado na pesquisa realizada por Cogo e Gomes (2001) sobre televisão, escola e juventude:

“Embora contraditórias, as diferentes posturas diante da TV explicitadas pelos entrevistados revelam que pais e educadores, a exemplo do que foi observado



entre os adolescentes, reconhecem o papel educativo exercido pela televisão. Esse reconhecimento torna-se evidente mesmo quando questionam a exagerada liberalidade que esse papel é exercido e o próprio risco que a autoridade dos pais e educadores sofrem ao processo de reafirmação de determinados valores no processo educativo dos adolescentes”. (2001,p.94)

Se a televisão ocupa este lugar de referência e contribui para que homens e mulheres possam compreender o mundo que as cerca, não é uma ousadia afirmar que o telejornalismo é uma forma de conhecimento. Agora, que forma de conhecimento?

O que os jornalistas fazem diariamente é “organizar o mundo” procurando torná-lo mais compreensível. Por isso, há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de “poder mostrar”, de “poder dizer” e de “poder analisar”. O jornalismo se auto-referencia como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade.

4 As notícias dos telejornais: o enquadramento do mundo

Como dito anteriormente, Tuchmann (1983) afirma que o enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e é parte importante dessa por causa do caráter público que é uma característica essencial da notícia. Complementa afirmando que a notícia não só define, redefine, constitui e reconstitui significados sociais; mas também define e redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer coisas: os processos existentes e as instituições. Nos detenhemos, agora, apenas ao aspecto do enquadramento.

Nesse sentido o que se constrói a partir desse mecanismo faz com que a agenda diária de cobertura dos fatos pelos telejornais influencie a agenda pública. As consequências desse agendamento e do enquadramento dos acontecimentos feito pelos noticiários sugerem que eles não só nos propõem sobre o que é que devemos pensar, como também nos propõem como pensar (McCOMBS, 2006), (McCOMBS; SHAW, 1993).

Os estudos sobre esse fenômeno exigem do mundo acadêmico, em particular, um olhar mais atento, despido de preconceitos, e maiores investigações sobre os telejornais de rede nacional, os noticiários regionais e locais que contribuem de uma forma relevante para a construção de parte da realidade social da realidade brasileira diariamente (BERGER; LUCKMANN,1995).



Quando assistimos à televisão adotamos o que Schutz (2003) denominou de atitude natural, como observou o autor é no dia a dia que adotamos uma postura de suspensão da dúvida em relação ao cotidiano. Ou seja, cremos que as coisas são como estão evidenciadas na realidade. Isso não pode nos levar a raciocínio contrário, que as pessoas não têm dúvidas com relação ao que observam e percebem no dia a dia. Como uma forma de sobrevivência, elas suspendem a dúvida. Acreditamos que a televisão na sociedade contemporânea cumpre essa função de reforçar que a realidade existe e que não estamos sozinhos no mundo.

Dentro desse contexto, a televisão continua representando um espaço central no cotidiano dos brasileiros. Essa forma de pensar e os mecanismos de produção diária da realidade passam pelo crivo do enquadramento no trabalho dos jornalistas, daí a televisão continuar a representar o espaço, ou melhor, *o lugar* de construção, reconstrução e confirmação do que a sociedade entende pelo real que as cerca todos os dias. Dizemos que a televisão acabou é uma postura simplista e reducionista. Precisamos dentro das condições sociais, históricas, culturais e econômicas do Brasil onde esse meio ainda é hegemônico estudá-lo mais para compreender seus efeitos, para compreender as mudanças sociais, culturais, políticas e históricas que estão ocorrendo.

Os desafios que se colocam diante dos pesquisadores são imensos: tv e mídia digital; o ambiente da convergência digital; relações entre tecnologia, cultura e tecnologia digital; tecnologia, formato e processos de produção; a imagem da televisão e a realização na televisão digital; tendências na cultura digital (a interatividade, digital 2.0); gêneros e formatos da televisão digital, entre outros (CANNITO, 2010; FREIRE FILHO, 2009). Todos esses também tendem a reconfigurar as práticas de enquadramento e de construção social da realidade a partir dos textos dos telejornais nesse formatos e suas perspectivas, pois as tecnologias extrapolam o estrutural: são dinâmicas, antes de tudo, sociais.

5 Um olhar sobre o telejornal: as representações sociais de Pernambuco

É dentro desse contexto que vamos trabalhar na nossa pesquisa de Iniciação Científica. A investigação acerca da construção do real e das representações sociais também está vinculada às pesquisas que estamos realizando no Núcleo de Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós-Graduação da UFPE. Nessa perspectiva o



projeto tem como preocupação investigar o Jornal Nacional transmitido pela Rede Globo Nordeste no qual o Estado de Pernambuco é visualizado com algumas notícias. Temos como preocupação entender como Pernambuco é representado, enquadrado.

Para isso partimos da hipótese que continua pertinente diante das mudanças diárias em termos de tecnologia, cultura e sociedade. Diante do apresentado anteriormente compreendemos o telejornalismo como uma espécie de “Praça Pública” contemporânea desempenhando um papel central como um lugar que contribui para a construção social da realidade e da representação social do País (VIZEU, PORCELLO, MOTA, 2006).

Diante da afirmação, podemos pensar: o que seria do Brasil sem a televisão? Ou ainda, em que tipo de realidade os brasileiros estão inseridos com as construções sociais produzidas e veiculadas pelos telejornais? Quando os brasileiros acreditam mais na mídia que no Governo é possível compreender como a crença diante do que os telejornais nos falam todos os dias não será moldada em meio às mudanças culturais e tecnológicas sociais de hoje e que isso é motivo de estudo e reflexão para entender a sociedade em que vivemos.

Nosso objetivo procura identificar como as rotinas de trabalho, os constrangimentos organizacionais, a cultura profissional e operações/construções jornalísticas acionadas pelos jornalistas contribuem para que o telejornal contribua como um lugar de construção e para as representações sociais de Pernambuco. Faz-se urgente revisar, refletir e buscar definir os conceitos de construção social da realidade no jornalismo televisivo e sua importância nas representações sociais da sociedade.

Na definição da duração do tempo do estudo tomamos por base o trabalho realizado sobre as rotinas de trabalho no telejornalismo (PEREIRA JUNIOR, 2000) em que foi levado em conta o funcionamento normal de uma redação. Ou seja, com os plantões de fim de semana e os feriados.

Estudos desenvolvidos por autores como Gans (1980) indicam que o período de observação está intimamente ligado aos objetivos da pesquisa. Consideramos que, dentro dos nossos propósitos, o tempo de investigação sugerido acima permitirá *sistematizar* algumas estratégias mobilizadas pelos jornalistas no sentido de produzir notícias que vão contribuir para a construção e representação social de Pernambuco no Jornal Nacional.

Com relação à observação-participante, pretendemos utilizar o método proposto



por Casetti, Chio (1999, p.222-233). Os autores explicam que o objetivo principal desse tipo de observação é captar a realidade ao *vivo*, eliminando as mediações que podem *contaminar* os dados. Eles argumentam que num trabalho etnográfico, por exemplo, quanto maior a permanência no grupo, mais possibilidades tem o observador de não ser percebido como uma presença estranha.

As entrevistas *não-diretivas* serão realizadas a partir do exposto por Thiollent (1982, p.79-99). Segundo o autor, contrariamente à entrevista dirigida, não é proposta ao entrevistado uma completa estruturação do campo de investigação: é o entrevistado que detém a atitude de exploração.

Ao final do trabalho, organizaremos e sistematizaremos o material coletado para análise posterior. O material gravado será utilizado para a *contextualização* do telejornal, não havendo a preocupação em nos determos na análise das imagens e sua relação com os textos, sem dúvida um trabalho importante a ser realizado, já desenvolvido por outros autores (VILCHES, 1993; ZUNZUNEGUI, 1995).

Com relação às entrevistas, não existe uma preocupação de categorização das mesmas, já que funcionam de uma maneira complementar ao trabalho de campo e à análise de textos. Na análise empírica, a partir de uma adaptação do modelo de *pacto comunicativo* de Casetti, Chio (1999, p.281-292), procuraremos identificar como os jornalistas *fazem ver*, isto é, como oferecem percepções, como operam com o *texto na edição*, que se materializa em discursos.

6 (Em) Conclusão

Consideramos que esse *mapeamento* vai contribuir para identificarmos pistas de como os jornalistas, nas suas práticas diárias, contribuem para que os telejornais representem e construam o real. Consideramos que isso possibilitará também o estabelecimento de um quadro inicial sobre as estratégias mobilizadas pelo campo jornalístico com o objetivo de transformar o telejornal numa espécie de lugar de representação do real dos desafios da contemporaneidade.

Um aspecto que creditamos como fundamental na pesquisa é que ela pode servir como um subsídio importante para a implantação de políticas de comunicação, sociais e culturais pelos Governos dos Estados e dos municípios, com o telejornalismo contribuindo para o entendimento do mundo que nos cerca.

Com o olhar voltado para o Nordeste brasileiro, pensamos e acreditamos que a contribuição local em que atuamos se estende para as outras regiões brasileiras dentro



do contexto mais amplo da pesquisa desenvolvida pelo pesquisador Alfredo Vizeu do PPGCOM-UFPE.

Referências

BERGER, P. T., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

CANNITO, N. **A televisão na era digital : interatividade e novos modelos de negócio**. São Paulo : Summus. 2010.

CASSETTI, F, CHIO, F. di. **Análisis de la televisión : instrumentos, métodos e prácticas de investigación**. Barcelona : Paidós, 1999.

COGO, D., GOMES, P. G. **Televisão, escola e juventude**. Porto Alegre : Mediação, 2001.

FREIRE FILHO, J. **A tv em transição : tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre : Sulina, 2009.

GANS, H. J. **Deciding what's new** : a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time . New York : Vintage Books, 1980.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo : Martins Fontes, 2003.

McCOMBS, M. E, SHAW, D. L. The evolution of agenda-setting : twenty five years in the marketplace ideas. **Journal of Communication**, v. 43, n. 2, p.58-67,1993. p.58-67.

McCOMBS, M. **Estableciendo la agenda : el impacto de los medios en la opinión pública y em conocimiento**. Barcelona : Paidós, 2006.

MANUAL DA GLOBO DE TELEJORNALISMO. **Central Globo de Jornalismo**. Rio de Janeiro : Globo, 1986.

PATERNOSTRO, V. I. **O texto na tv** : manual de telejornalismo. Rio de Janeiro : Campus, 1999.

PAULINO, R. A.F. **Comunicação e trabalho** : estudo de recepção – o mundo do trabalho como mediação do mundo da comunicação. São Paulo : Roseli Fígaro/Fapes, 2001.



SÁDABA, T. **Framing: el encuadre de las noticias** – el binômio terrorismo e meios. Buenos Aires : LaCrujia, 2008.

SCHUTZ, A. **El problema de la realidad social**. Buenos Aires : Amorrortu, 2003.

THIOLLENT, M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. 3.ed. São Paulo : Polis, 1982.

TRAVANCAS, I. **Juventude e televisão**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia** : estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona : Gili, 1983.

VERÓN, E. **A produção do sentido**. São Paulo : Cultrix – Editora da Universidade de São Paulo, 1980. p.238.

_____. Il est là, je le vois, il me parle. **Revue Communications**, nº38, Paris : Seuil, 1983. p.99-120.

VILCHES, L. **Manipulación de la información televisiva**. Barcelona : Paidós, 1989.

_____. **Teoria de la imagem periodística**. 2.ed. Barcelona : Paidós, 1993.

VIZEU, A. (org.) **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis : Vozes, 2008.

VIZEU, A., CORREIA, J. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis : Vozes, 2008a.

VIZEU, A., PORCELLO, F., MOTA, C. **Telejornalismo : a nova praça pública**. Florianópolis : Insular/Posjor-UFSC, 2006)

_____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis : Calandra, 2005.

_____. **Decidindo o que é notícia** : os bastidores do telejornalismo. 1.ed. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2000.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa : Presença, 1994.



ZUNZUNEGUI, S. **Pensar la imagen.** Madrid : Ediciones Cátedra, 1995.