



## **Percepção Estética, Identificação e Ethos Jornalístico na Condição de Mediações Frente aos Conteúdos da Primeira Edição do Jornal Anhanguera<sup>1</sup>**

Guilherme LUCIAN<sup>2</sup>  
Goiamérico FELÍCIO<sup>3</sup>  
Luiz SIGNATES<sup>4</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

Este trabalho objetiva investigar as formas singulares de produção de sentidos a partir das características de recepção de oito famílias residentes na cidade de Goiânia frente aos conteúdos veiculados pela primeira edição do Jornal Anhanguera. Deste modo, pretende-se tentar compreender aspectos como a percepção estética, identificação e ethos profissional decorrente dos parâmetros de avaliação de cada componente familiar. Não menos importante, compreender a coenunciação e a própria *mediação* como troca de experiências e práticas discursivas entre produtores e receptores de informações, não simplesmente como via unidirecional de comunicação difusa.

**PALAVRAS-CHAVE:** recepção; percepção estética; práticas discursivas.

### **1. PROBLEMATIZAÇÃO**

Quando se trata de pesquisas que se debruçam sobre aspectos relacionados às práticas televisivas e aos modos como o público produz sentidos a partir dos conteúdos de um telejornal, percebe-se a abundância de informações e discussões engendradas sob o enfoque da observação de uma miríade de pesquisadores, como Bourdieu (2007), Escosteguy (2002), Martín-Barbero (2009) e tantos outros.

Nesse sentido, este trabalho objetiva contribuir com tais estudos e problematizar algumas questões advindas da observação empírica das formas singulares

---

<sup>1</sup> Artigo baseado nos dados de pesquisa que originaram na monografia de conclusão de curso de um dos autores e aqui apresentada como trabalho no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação Social na linha de pesquisa de Mídia e Cultura pela Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, email: [guilherme.lucian@gmail.com](mailto:guilherme.lucian@gmail.com)

<sup>3</sup> Profº Dr. no PPG de Comunicação da Universidade Federal de Goiás e coordenador do respectivo programa, email: [goiamerico@gmail.com](mailto:goiamerico@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Profº Dr. no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, email: [signates@gmail.com](mailto:signates@gmail.com)



que oito famílias residentes na cidade de Goiânia, significam aspectos dos conteúdos e formatos da primeira edição do Jornal Anhanguera, telejornal veiculado pela TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo de televisão no Estado de Goiás, cuja pesquisa efetuou-se no mês de julho de 2012.

Busca-se então, sob essa ótica, compreender o motivo pelo qual um telespectador infere a respeito de um determinado aspecto transmitido por parte do telejornal acompanhado e de que modo suas conclusões associam-se a parâmetros específicos de entendimento. Com isso, tenta-se compreender elementos da lógica oriunda da relação entre emissor e coenunciador como resultado de cadeias discursivas em que há produção mútua e multidirecional de sentidos e experiências vividas.

### 1.1 Contextualização histórica

Historicamente, os estudos em recepção nas décadas de 1980 e 1990, sobretudo na América Latina, passam a ser pensados dentro de uma problemática referente às culturas populares e às práticas por estas engendradas no âmbito societário. Ainda que algumas abordagens diferiram-se quanto à importância e tratamento, atenta-se aqui ao modo como tais estudos foram ulteriormente influenciados por Martín-Barbero, Orozco Gómez e García Canclini.

Nos pródromos deste século, as pesquisas de recepção configuram o principal ponto de desenvolvimento dos estudos culturais latino-americanos, isto é, “a problemática empírica que mais tem contribuído para a constituição desse campo de estudos” (ESCOSTEGUY, 2002, p. 02-03) e também para a quebra de antigos modelos que em outras décadas sustentaram e até justificaram os motivos pelos quais dedicava-se tempo ao estudo da recepção comunicacional, ainda que boa parte deles, mesmo hoje, atém-se à observação empírica da audiência, sobretudo da televisão.

Nos países latino americanos, por exemplo, as pesquisas voltadas ao âmbito da comunicação nos anos de 1970 e 1980 centravam-se em concepções reprodutivistas da cultura, isto é, em visões maniqueístas sobre os textos populares e os conteúdos provenientes das indústrias de cultura responsáveis pela comunicação expansiva<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Utiliza-se aqui a expressão “comunicação expansiva” em substituição de “comunicação de massa”, já superado em outros estudos.



Martín-Barbero, quando da publicação de *De los medios a las mediaciones* (1987), alçou os estudos de recepção latino-americanos a situações e vieses contextualistas no que tange a compreensão da dinâmica cultural popular. Se antes o conjunto teórico de estudos centrava-se em análises textuais que pouco permitiam visualizar a “possibilidade de outras leituras das mensagens que não fossem as sugeridas pelos significados dominantes que estruturavam seu sentido” (ESCOSTEGUY, 2002, p. 03), com as novas propostas do autor – especialmente no final dos anos 1980 –, as pesquisas voltadas às práticas de recepção passaram a contemplar as potencialidades de um sujeito-receptor que “ressignificava as mensagens mediáticas, identificando suas negociações e resistências à lógica dos meios” (ESCOSTEGUY, 2002, p. 03). Em outras palavras, a comunicação em si tornou-se

questão de *mediações* mais que de meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 28).

Assim, o receptor começa a ser compreendido como agente “de maior participação no processo de comunicação” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 93), em que a própria produção de sentidos é reconhecida não mais como via de mão única, pois, se antes se centrava o foco nas mensagens e os efeitos que causavam no público<sup>6</sup>, passou-se, então, a considerar uma análise integral do consumo midiático, entendido como o “conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 292) e não mais apenas como fruto de causas e efeitos intervenientes nesse processo.

Sob essa ótica de estudo, para que a pesquisa que possibilitou este trabalho pudesse ser engendrada, foi preciso que alguns conceitos concernentes à própria recepção televisiva fossem aprioristicamente compreendidos mesmo antes de sair a campo, como os de mediação, midiatização e coenunciação, por exemplo.

Martín-Barbero (2009), lançou-se ao estudo das mediações sob a perspectiva da materialidade institucional e densidade cultural, observando a “dinâmica das mudanças históricas e a influência dos meios” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 332). No entanto, sua concepção acerca do próprio conceito de mediação se mostrou

---

<sup>6</sup> Para estudo mais analítico, ver WOLF, 2009.



insipiente do ponto de vista metodológico, já que, para compreendê-lo, deve-se aprioristicamente partir de seus aspectos etimológicos.

A visão de Martín-Barbero acerca da mediação foca-se no entendimento do termo como sendo decorrente de “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 294), evitando, em certa medida, seu significado usual, ou seja, o de intermediação, fundado pela perspectiva epistemológica behaviorista.

Nota-se que, ao menos em princípio, o conceito de mediação foi por vezes interpretado a partir de uma perspectiva de obviedade quanto a seu uso, sendo que a ideia de intermediação remete ao modo positivista de enxergar a realidade, ou seja, separa-se as categorias sociais em partes independentes entre si e que “*necessitam de outras categorias, externas a cada uma delas, para cumprir o papel de intermediárias e garantir as ligações que as tornam interdependentes*” (SIGNATES, 1998, p. 40).

Cabe, então, problematizar a respeito do conceito de *mediatização*, isto é, “algo em ação através das mídias” (FERREIRA, 2007, p. 06). Para tal, é interessante analisá-lo a partir de três *pólos* que possuem relação de mútua interação de modo a formar uma matriz triádica de estudo, em que não apenas “cada um dos pólos condiciona o outro, como também pode interceder nas relações entre os dois” (FERREIRA, p. 01-02). Sendo assim, para definir a *mediatização*, é preciso partir das relações e intersecções entre dispositivos, processos sociais e processos de comunicação.

Nessa perspectiva, partindo da gênese do que Foucault (2011) denominou como sociedade disciplinar, Agamben (2009), tenta compreender a postura do sujeito frente às relações às alterações no âmbito sociotécnico como resultado da “relação entre os indivíduos como seres vivos e o elemento histórico, entendendo com este termo o conjunto das instituições, dos processos de subjetivação e das regras em que se concretizam as relações de poder” (AGAMBEN, 2009, P. 32), concluindo-se, então, que o conceito de dispositivo emerge das reflexões próprias do campo da comunicação, sobretudo quando passou-se a considerar e analisar as lógicas entre produção e recepção de imagens do cinema e da televisão. Sob essa ótica, a própria noção de dispositivo é tida como “um conjunto de materialidades e de relações e intersecções com processos sociais e de comunicação” (FERREIRA, 2007, p. 07).

Por último, tornou-se necessário à pesquisa compreender o conceito de coenunciação, partindo da ideia de que as práticas discursivas entre as instâncias da



produção e da recepção não são unidirecionais, mas interativas. Logo, a própria noção de destinatário e receptor passa a ser relativizada, uma vez que há movimentação (simbólica, discursiva, empírica, psicológica) entre ambos. Observa-se, então, que nesse processo mútuo o receptor é

constitutivo do próprio ato de produção da linguagem, de certa maneira, ele é *co-enunciador* do texto e não um mero decodificador de mensagens. Ele desempenha um papel fundamental na constituição do significado e na produção. Logo, um enunciado deve ser analisado levando-se em conta sua orientação para o *outro*. O *outro*, (...) é a audiência presentificada no texto. (VIZEU, 2005, p. 40 - *grifo nosso*).

Observa-se, então, que o coenunciador extrapola o nível de decodificação – visto aqui como uma leitura superficial ou apriorística de elementos cognoscíveis – e assume o papel de atribuidor de sentidos junto ao emissor, engendrando uma cadeia discursiva com sua lógica e complexidade próprias.

## 2. O PROCESSO METODOLÓGICO

O percurso metodológico apoiou-se na mediação da *subjetividade familiar*, em que os relatos orais dos componentes familiares compuseram um todo significativo de sentidos, assomando-se às técnicas de *observação não-participante* e do *grupo de discussão*, que cifrou-se na forma de entrevista coletiva semi-estruturada, no intento de “provocar um debate que se alimenta da convergência e do conflito de opiniões dos participantes” (LOPES *et al.*, 2002, p. 61), de modo a mapear, identificar e escutar os múltiplos universos da recepção.

A partir disso, foi possível enxergar a maneira como as discussões entre eles próprios possuem regularidades e discrepâncias quanto à forma de compreender, analisar e interpretar as temáticas veiculadas pelas oito edições acompanhadas do telejornal, sobretudo como forma de compreender os “sentidos, os usos e apropriações que os receptores realizam das exposições, bem como as mediações que configuram o processo” (SILVA, 2011, p. 66).

O recrutamento das famílias teve por base sua localização em oito regiões escolhidas aleatoriamente e consideradas como sendo aparente e provavelmente de classe média e classe média baixa da cidade de Goiânia: Conjunto Habitacional Aruanã I, Conjunto Riviera, setor Água Branca, setor dos Funcionários, setor Centro Oeste



(antiga Vila Operária), Vila Abajá, setor Marechal Rondon, e setor Balneário Meia Ponte.

Passadas as fases de escolha das regiões, suas respectivas residências e o instante de abordagem dos representantes familiares, a pesquisa passou para a fase da *observação não-participante*, momento em que foram anotados, além do conteúdo veiculado pelo JA-1<sup>7</sup>, os comportamentos decorrentes das transmissões (previamente gravadas ou “ao vivo”) de uma determinada edição. Mostrou-se importante essa via de abordagem como forma de analisar o “comportamento do receptor, que se revela nas entrevistas, nas suas experiências e ações, no seu modo de perceber o mundo e os objetos” (LOPES *et al.*, 2002, p. 74). Nesse estágio, os componentes familiares eram orientados a ignorar a presença do pesquisador e agir como se nada em sua rotina fosse alterado, salvas as proporções do impacto da figura de um estranho entre eles.

Somente quando encerravam-se as transmissões, o *grupo de discussão* tinha início. Nessa fase da pesquisa, os componentes familiares foram inicialmente estimulados com as questões contidas no questionário qualitativo para que suas narrativas orais pudessem ao máximo possível serem exploradas. Diante disso, à medida que eram anotadas as falas que ulteriormente serviram de categorias de análise, as discussões revezavam-se entre eles e o pesquisador tendo por mote as temáticas veiculadas em cada uma das oito edições.

A partir disso, foi possível compreender o modo em que se dava a produção de sentidos de cada componente familiar, isto é, o “modo especial de cada um interpretar e articular suas próprias experiências com outras [que] Engendra um processo subjetivo, de busca de sentido e de significado tecido cultural ao qual pertence” (LOPES *et al.*, 2002, p. 186 – *Grifo nosso*), pois o receptor passa por um processo de apropriação dos textos televisivos a partir de toda uma bagagem cultural-cognitiva que traz consigo.

Por fim, os dados obtidos na pesquisa serviram para que se extraíssem categorias específicas de análise, como a de *identificação* como mediação da relação com o receptor, sobretudo no que diz respeito ao reconhecimento e interesse nos produtos televisivos por enxergar neles alguns aspectos da vida do telespectador. A *percepção estética* percebida tanto nos conteúdos quanto no formato da primeira edição do Jornal Anhanguera e, não menos importante, analisados os aspectos concernentes ao

---

<sup>7</sup> Sigla referente ao telejornal em estudo, adotada pela linha editorial da própria emissora.



*Ethos* do profissional, especialmente em tentar compreender até que ponto o jornalismo é verdadeiro ou não, profundo ou não.

### 3. DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Em primeiro lugar, no que se refere à percepção estética dos conteúdos e formatos da primeira edição do Jornal Anhanguera, notou-se que existe a sensação de melhora ou não da abordagem de determinados assuntos, como violência, por exemplo. Essa compreensão por parte dos entrevistados teve como parâmetro um conjunto de comparações tanto a outros telejornais, quanto a edições passadas (meses ou anos) do Jornal Anhanguera.

Quanto à percepção da exposição formal apresentada pelo telejornal no que diz respeito a matérias com conteúdo de violência, a regularidade em considerá-las ruim e desagradáveis de se assistir foi maior devido ao fato de perceber na exposição imagética-televisiva o tratamento desnecessário dispendido a cadáveres e/ou pessoas ensanguentadas. No entanto, notou-se uma aparente contradição nessas opiniões, já que, esteticamente, alguns consideraram que um telejornal deve mostrar de tudo sem que nada seja ocultado ao público, como ilustra a opinião abaixo:

Pra mim tem que mostrar de tudo quanto é coisa. Tem que ter o equilíbrio. Notícia boa e notícia ruim. Só ruim também não dá. A gente vai almoçar e fica com essas coisas na cabeça, né. Isso é ruim. Mas se mostrar só coisa boa, a gente não vai saber do que anda acontecendo na cidade e isso pode atrapalhar. (Homem adulto, contador, setor Centro Oeste, Goiânia – GD Família E).

Percebe-se, então, que mesmo repudiando as imagens com conteúdos que interpretaram como sendo violentos, há algo que as mantém frente ao televisor durante esse tipo de veiculação. Em algumas ocasiões (como as que foram observadas junto aos familiares e que dizem respeito à categoria de violência citada acima) os tipos específicos de narrativa salientam aspectos da trama ou mesmo conflitos que conquistam a “simpatia, a curiosidade e, conseqüentemente, a adesão do público (ROCHA; LACERDA e SILVA, 2012, p. 204).

Tais contradições no jogo de sentidos engendrados pelos familiares – neste trabalho denominadas de *dialética da assistencialidade* – reforça a noção de mediação proposta por Martín-Barbero e Williams, visto que é na relação dialética entre as



instâncias produtoras e receptoras que se engendram os discursos e contra-discursos que por sua vez operam as (re)significações no âmbito societário e psicocultural.

Os dados da pesquisa também apontaram para a percepção das repetições de conteúdo e até formatos de apresentação de algumas reportagens e quadros específicos do Jornal Anhanguera. Parte desses dados relaciona-se a aspectos de homogeneidade, má apuração e superficialidade. A noção de repetição, além de vincular-se a essas subcategorias citadas, também relaciona-se à equidade dos temas jornalísticos, como greves, acidentes e mortes, por exemplo, sobretudo as que envolvem exposição parcial ou total de cadáveres.

Para alguns dos familiares entrevistados, a falta de heterogeneidade dos assuntos em determinadas edições acompanhadas prejudicou o contato com outros que consideraram relevantes, como saúde e economia, por exemplo, visto que boa parte do conteúdo veiculado exaustivamente referiu-se a temas como política, violência e morte. Essa padronização da transmissão,

se expressa contemporaneamente tanto nos produtos midiáticos quanto nos produtos artísticos. Mudam-se as histórias, os personagens, mas o ritmo no qual sentimos a construção da experiência narrativa não sofre muitas oscilações. Existe uma espécie de gradiente de percepção temporal dentro do qual os produtos podem ser mais facilmente assimilados, logo comercializados, por uma massa de mentes que gradativamente acostuma-se com certa normalidade da expressão temporal desses meios. (DUARTE, 2011, P. 138-9),

mas que, ainda assim, mesmo tendo ciência da estética narrativa do telejornalismo e estando habituado a ela, alguns de seus aspectos (repetição exacerbada dos mesmos conteúdos e homogeneidade na transmissão, por exemplo) podem levar o público ao descontentamento e impaciência frente ao que é veiculado, como denota o exemplo:

Parece que é só repetição. E por falar nisso, aquela matéria das dicas dos combustíveis ficou meio chata. Cê viu o tanto de vezes que repetiram? Pra mim ela [a repórter] só disse a mesma coisa em todas. Ficou muito chato. (Mulher jovem, estudante, Conjunto Riviera, Goiânia – GD Família B ).

Outro aspecto da pesquisa diz respeito à didática considerada exacerbada por parte do telejornal, em que até mesmo a presença de um apresentador foi considerada desnecessária, já que possivelmente pode influenciar o modo como enxergam os



assuntos transmitidos. A isso, pode-se denominar de *instrutividade disfuncional*<sup>8</sup>, quando a asoberbação de recursos enunciativos utilizados narratologicamente por um telejornal acarretam um estado de cansaço e desinteresse por parte do coenunciador ou mesmo de uma percepção da falta de criticidade.

Também observou-se que a noção de acessibilidade foi vinculada à falta de participação do público. Nesse sentido, um telejornal que não é acessível utiliza de mecanismos falhos, como enquetes que não condizem com a realidade das pessoas, e que dá pouca atenção em tornar acessíveis boa parte do conteúdo veiculado. Isso não significa, possivelmente, adotar uma linguagem de aproximação a quem assiste segundo padrões de linguagem, mas talvez tornar mais efetiva a participação do público frente ao que é transmitido.

acho que devia ter mais participação das pessoas. Cê viu aquela enquete? É tudo pela internet. Eu não sei nem ligar um computador, meu filho. (Mulher adulta, costureira, Conjunto Riviera, Goiânia – GD Família B).

Sendo assim, o mecanismo de interação do Jornal Anhanguera mostrou-se falho e pouco funcional, já que exige a utilização de aparatos tecnológicos que não condizem com a realidade de parte do público, o que leva a concluir que, possivelmente, há maior interesse em acompanhar o avanço das tecnologias de informação e suas potencialidades do que tornar efetiva a participação do público de acordo com sua realidade.

Já no que concerne ao entretenimento, visto por parte de alguns componentes familiares como a assistência de assuntos considerados por eles como agradáveis e bonitos. Nota-se, então, a presença do prazer lúdico no ato de ver televisão, sobretudo quando se compreende esses produtos televisivos específicos dentro das “lógicas e dinâmicas específicas do meio no qual se inserem e no qual eles se realizam para as audiências” (ROCHA; LACERDA e SILVA, 2012, p. 192), em que as temáticas convencionalmente denominadas “leves” tornam a assistência televisiva mais agradável ao público.

Por fim, abarcando os resultados referentes à categoria de *Ethos*, conclui-se que existe uma percepção quase consensual a respeito de como os entrevistados o enxergam, sendo ora fruto de boas práticas do profissional (como não indução de opiniões,

---

<sup>8</sup> Conceito criado pelos autores e utilizado aprioristicamente em monografia de conclusão de curso, sendo este artigo uma de suas extensões teóricas.



profundidade nos argumentos e abordagem séria nos assuntos), ora também como ausência de sensacionalismo e descaso para com o telespectador.

Já vi muito jornal que só quer vê o circo pegá fogo. Não gosto disso não. É aquilo que te disse, prefiro assistir sem ninguém comentando. Eu mesmo vou saber o que tá acontecendo ali pra poder falá se acredito naquilo ou não, sabe? (Homem adulto, motorista, Conjunto Aruanã I, Goiânia – GD Família A).

Bourdieu (1997) já atentava ao fato de que o jornalista é uma “entidade abstrata que não existe; o que existe são jornalistas diferentes segundo o sexo, a idade, o nível de instrução, o jornal, o meio de informação” (BOURDIEU, 1997, p. 30), o que conduz à ideia de um discurso jornalístico engendrado a partir das práticas individuais segundo um campo maior que é o da área comunicacional. A verdade jornalística associou-se, nessa pesquisa, à prática de não ocultar nada do público, sejam aspectos bons ou ruins de um determinado assunto.

Tudo bem que as coisa ruim tem que mostrar pra alguém poder resolver, não é verdade? Mas depende de como cê mostra. Eles explora de mais a dor dos outro. Não sei como seria um jeito certo de fazer isso. Só sei que desse jeito que eles tão mostrando aí é fraco, viu. (Homem idoso, aposentado, Conjunto Riviera, Goiânia – GD Família B).

Nesse sentido, se há a percepção de que algo foi deixado de lado pelo telejornal, logo têm-se a sensação de que aquilo que se veicula é falso ou incompleto, do mesmo modo como buscou-se, por parte dos coenunciadores entrevistados, certo equilíbrio entre informações cuja natureza varia entre “bom” e “ruim”, abstrações assim classificadas por eles.

#### **4. Considerações finais**

A pesquisa findou-se com mais perguntas que respostas. No entanto, mostrou-se suficiente em perceber, a partir da análise dos dados, que por mais que haja sensação de falta de criticidade por parte da primeira edição do Jornal Anhanguera e mesmo de outros telejornais, boa parte dos entrevistados assistem ao programa tendo na busca pelo prazer lúdico o *leitmotiv* de sua permanência frente à TV.



Do mesmo modo como também houve busca por uma participação efetiva diante do que é dialogado com a sociedade por meio do telejornal, revelando contradição no que tange ao uso da televisão como fonte de prazer, necessidade de informação e desejo de sentir-se como parte integrante da programação. Não menos importante, a procura pela verossimilhança no telejornal, isto é, a proximidade que este mantém com a vida e a rotina das pessoas mostrou-se mais relevante do que se supunha antes de se realizar a pesquisa deste trabalho.

Diante disso, infere-se que, assim como no universo cibernético da internet, o consumo dos conteúdos televisivos se enquadra dentro da teoria dos usos e gratificações que o público deles faz, muito embora seja pertinente considerar – como ilustra este trabalho – a capacidade crítico-argumentativa concernente ao modo de uso e tipo de recompensa a ser obtida por parte dos coenunciadores.

Como não houve acompanhamento efetivo dessas famílias – já que apenas um único dia era destinado a cada uma –, não foi possível obter dados referentes à evolução das percepções de cada instância discursiva estudada neste trabalho. Sendo assim, reconhece-se aqui a carência de análises quanto a questões relacionadas ao tipo de alterações na percepção familiar. A maior exposição aos conteúdos veiculados pelo Jornal Anhaguera, por si só, pode ocasionar mudanças nas percepções de tempo, espaço e até na abordagem informativa? Um acompanhamento mais efetivo por parte desses familiares seria suficiente para que compreendessem as especificidades dos processos éticos e produtivos do jornalismo? Será que o contato entre uma família e outra pode contribuir para incluir ou solapar ideias acerca da maneira como enxergam o programa?

Como este trabalho representa apenas um passo adiante nas pesquisas sobre televisão, essas respostas terão de ser respondidas ao longo de futuras pesquisas, por parte até de outros pesquisadores que se interessam em debruçar sobre as problemáticas concernentes ao estudo das práticas mútuas televisivas, envolvendo emissores e coenunciadores em uma cadeia de coenunciação.



## REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2009.
- BACCEGA, M. Aparecida; [et al.]. Gêneros televisivos e publicidade no prime-time português e brasileiro: a recepção como suporte das relações entre comunicação e práticas de consumo. *In: Anuário Lusófono: Memória social e dinâmicas identitárias*, 2009, p. 205-225.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, L. Gonzaga. **Observatórios de Mídia: olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.
- DUARTE, Eduardo. A vertigem, as desrazões e a modelagem do tempo como fenômenos naturais à construção do conhecimento - por uma epistemologia da experiência estética. *In: Revista Inter. de Com. Midiática*, Santa Maria, v.10, No.19, 2011, p. 130-141.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. *In: Ciberlegenda*, Revista do PPG da Universidade Federal Fluminense. No 07, 2002, p. 01-9.
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *In: Mediatización, sociedad y Sentido: diálogos entre brasil y argentina*. Mincyt-Capes, 2009-2010, p. 02-17.
- FERREIRA, Jairo. **Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação**. *In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Vol. 10, 2007, p. 01-13.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**; trad. Raquel Ramallete. 39. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus, 2006.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed., 1. Reimp. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- LOPES, M. I. Vassallo de; BORELLI, S. H. Simões; RESENDE, V. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
- MAIA, A. Silva Correa. Telenovela, projeção, identidade e *identificação* na modernidade líquida. *In: Revista E-Compós*, Rio de Janeiro, v.9, n.2, p. 2-24, ago. 2007.
- MALDONADO, Alberto E. [et al.]. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- MARQUES, Ângela Cristina; MARTINO, Luis. A configuração da questão dos interesses no âmbito de uma ética do profissional de comunicação. *In: Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Vol. 18, No 03, 2011, p. 816-833.



MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2007.

ROCHA, Simone; LACERDA e SILVA, Vanessa. Novas temporalidades no fluxo televisivo: apontamentos sobre reconfigurações da experiência de assistir à televisão. *In: Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Vol. 19, No 1, 2012, p. 189-207.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação. *In: Novos olhares*. Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos. ECA/USP. No 2, 1998, p. 37-49.

SILVA, Míriam C.; SILVA, Paulo Celso. Cultura, comunicação e arte em diálogo: reflexões sobre a poética de Philadelpho Menezes. *In: Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 2012, p. 01-11.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 12.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

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

\_\_\_\_\_; MOTA, C. L.; PORCELLO, F. **Telejornalismo**: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

\_\_\_\_\_. (Org.) *et al.* **A sociedade do telejornalismo**: Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 4.ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.