

Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão: reflexos em trabalhos publicados no Intercom¹

Beatriz Cavenaghi²

Cristiane Fontinha Miranda³

Maria José Baldessar⁴

Universidade Federal de Santa Catarina
Grupo de Pesquisa MídiaCon/UFSC

Resumo

Considerando a trajetória de Eliseo Verón e sua influência nos estudos sobre o discurso midiático, este trabalho pretende observar seus impactos também para o campo de estudos televisivos no Brasil, com base nos trabalhos publicados no Congresso Nacional do Intercom. O corpus da análise é composto pelos artigos apresentados nos Grupos Temáticos “Telejornalismo” e “TV e Vídeo” nos últimos seis anos, que trazem obras do autor entre as referências bibliográficas. Foram observados conceitos, abordagens e a bibliografia do autor usada nestes trabalhos. Como contexto para a análise realizada, apresentamos uma síntese da teoria que desenvolveu, mantendo o foco nos conceitos que sustentam uma proposta metodológica para a análise de produtos televisivos.

Palavras-chave

Eliseo Verón; Televisão; Contrato; Gramáticas; Sentido

1. Sobre o autor

O que faz um programa de televisão tornar-se um sucesso? O que diferencia dois telejornais concorrentes, fazendo com que um deles alcance altos índices de audiência enquanto o outro permanece quase desconhecido? Compreender os anseios e preferências do telespectador tem sido um desafio imponente tanto para o mercado televisivo quanto para os estudos acadêmicos. Com o surgimento dos meios de comunicação digital e com o avanço das tecnologias de produção e circulação de produtos audiovisuais, o cenário se tornou ainda mais desafiador. Repensar o modelo de televisão aberta no Brasil apresenta-se

¹ Trabalho apresentado no V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em Jornalismo, doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPQ). E-mail: cavenaghi.bea@gmail.com

³ Jornalista, mestre em Design e Expressão Gráfica, doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC), na área de Mídias do Conhecimento. E-mail: crisfontinha@gmail.com.

⁴ Professora Doutora do Departamento de Jornalismo (DJOR) e do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: mbaldessar@gmail.com

como uma urgência imposta principalmente pela Internet – muitas vezes vista como uma predadora capaz de tornar as mídias analógicas obsoletas, ou, no mínimo pouco rentáveis.

Nesse contexto, os estudos sobre televisão, seus produtos e especificidades são cada vez mais atuais e recorrentes. Na América Latina, em meados dos anos 80, Eliseo Verón já demonstrava um interesse específico por este dispositivo enquanto um produtor de discursos. No contexto latino-americano, ele foi um dos pioneiros no desenvolvimento de teorias e metodologias interessadas na compreensão dos fenômenos midiáticos, em especial a televisão, que por muito tempo foi considerada “incompatível com a cultura tradicional dos intelectuais” (VERÓN, 2009, p. 18).

Desde aquela época, o trabalho do pesquisador argentino tem contribuído para os estudos de televisão de duas formas: através da teoria da semiótica social que desenvolveu, e sua consequente compreensão sobre a produção de sentidos a partir dos produtos midiáticos; e pelos diversos trabalhos que publicou tratando especificamente da televisão e seus modos de funcionamento.

A trajetória de Verón, aliás, é marcada por dualidades que, nos arriscamos sugerir, contribuíram para o resultado de seu trabalho e para a influência que atingiu no meio acadêmico. Um exemplo disso é a influência de dois países na carreira acadêmica do autor - Argentina, onde nasceu, obteve a graduação em Sociologia e passou suas últimas duas décadas de vida; e a França, onde estudou com Lévi-Strauss e Roland Barthes, como aluno do Centro de Estudos das Comunicações de Massa da Escola de Altos Estudos Francesa, considerada a “primeira tentativa séria de constituir na França um círculo e uma problemática de pesquisa em comunicação” (MATTELARD, 2012, p. 90). Na França, Verón ainda desenvolveu boa parte de seus trabalhos, num estilo também marcado pela dualidade. Por um lado, criou teorias e metodologias para a compreensão dos processos semióticos e, por outro, ocupou-se da aplicação prática destes conceitos em estudos de mercado realizados para as indústrias de cosméticos e automóveis, além da comunicação.

Verón também trabalhou com duas vertentes da teoria semiótica. Ainda na década de 50, no curso de Sociologia da Universidade de Buenos Aires, baseou-se na linguística Saussureana para fundamentar sua visão sobre as ciências sociais (GONÇALVES et al., 2001). Mais tarde, passou a desenvolver trabalhos com base na teoria triádica de Charles Peirce. A teoria da semiótica social desenvolvida por Verón, do mesmo modo, considera que o sentido se configura a partir da relação entre as instâncias de produção e de reconhecimento. Esta dualidade norteia toda a proposta metodológica que propõe para a

análise de programas de televisão, cuja aplicação foi experimentada pelo autor inclusive em produtos contemporâneos como o Big Brother⁵.

Verón se tornou mais conhecido no contexto brasileiro a partir da publicação de seu primeiro livro em português, “Ideologia, Estrutura e Comunicação”, em 1977. A proposta teórica apresentada pelo autor rompia com o marco funcionalista presente nos estudos midiáticos da época e, por isso, sofreu resistências (FAUSTO NETO, apud VERÓN, 2004). Mais tarde, publicaria outros três livros em português, além de diversos trabalhos que tratam das especificidades do discurso televisivo e constituem, hoje, um conjunto de ferramentas para os estudos na área, a partir de uma perspectiva social e complexa.

Considerando a trajetória do autor e sua influência nos estudos sobre o discurso midiático no Brasil, este trabalho pretende observar seus impactos também para o campo de estudos televisivos⁶. O artigo organiza-se da seguinte forma: o tópico a seguir apresenta uma síntese de conceitos desenvolvidos pelo autor, mantendo o foco naqueles que sustentam uma proposta metodológica para a análise de produtos televisivos. Na sequência (tópicos 3 e 4), trazemos um panorama dos reflexos do trabalho de Verón nos estudos televisivos no Brasil, tendo como base os trabalhos publicados no *Congresso Nacional do Intercom*, evento realizado anualmente, desde 1977, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, a mais antiga associação científica da área no Brasil. Cerca de 3.500 pesquisadores se reúnem anualmente nestes eventos⁷, compondo um grupo de estudos capaz de representar a produção acadêmica do país na área da comunicação.

2. Contribuições para os estudos televisivos

Quando começou a pesquisar sobre os produtos midiáticos, em especial as mídias impressas, Eliseo Verón estava interessado em mapear os sentidos que emergem de um texto, como, por exemplo, uma capa de revista. Assim, pretendia superar duas correntes de análise enraizadas nos estudos semiológicos. A primeira, caracterizada pelo autor como “dos anos 1960”, se interessava apenas pelo produto, ou pela “análise da mensagem em si mesma” (VERÓN, 2004, p. 215). Segundo o autor, ao tentar fazer uma política da boa

⁵ Reality Show televisivo criado pela empresa holandesa Endemol e reproduzido em diversos países. Nele, um grupo de pessoas convive, durante três meses, em isolamento do restante da sociedade e sob a vigilância, 24 horas por dia, dos telespectadores. Na Argentina, foi batizado como “Gran Hermano”.

⁶ Atualmente, no Brasil, é notável a influência da teoria de Verón na aplicação de metodologias de análise de produtos jornalísticos impressos. Verifica-se isso através de pesquisas em bancos de dados online, inclusive no Portcom, ferramenta da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

⁷ Conforme informações do site da Instituição: <http://www.portalintercom.org.br/>

vizinhança com a linguística, a semiologia acabou tendo resultados que pouco contribuíram para o avanço da área, ou seja, praticando nada mais do que uma “linguística ultrapassada” (VERÓN, 1980, a produção do sentido, p. 175).

A segunda corrente, “dos anos 1970”, não se interessa apenas por aquilo que o texto diz, mas também por seus modos de funcionamento. Ela considera que todo sistema produtivo deixa traços ou marcas nos produtos, que permitem mapear e reconstruir o processo que fez surgir o texto. Esta vertente de estudos procura compreender o “como”, analisando produtos com vistas nos processos (1980).

A proposta apresentada pelo autor apresenta-se como uma terceira abordagem, diferente das duas praticadas até então. Ela pressupõe que não há um sentido “dado” no texto e que as gramáticas – ou os processos – que geram um texto não podem dizer tudo sobre ele. Portanto, delineia-se uma proposta metodológica que considera “o processo que vai da produção de sentido até a ‘consumação’ de sentido, sendo a mensagem o ponto de passagem que sustenta a circulação social das significações” (2004, 216).

Em resumo, Verón se interessa pelo **processo de produção de sentidos** que se dá entre a produção e a recepção (que ele chama de reconhecimento). Para explicar essa teoria, ele retoma a questão básica dos dois elementos constituem os diversos discursos: **enunciado e enunciação**. Assim como a frase é a unidade linguística, o enunciado é a unidade do discurso, é um acontecimento singular, da ordem do conteúdo, daquilo que é dito e realizado por um enunciator (VERON, 1984). Já a enunciação significa a forma desse conteúdo, os modos de dizer, conforme deixa claro o exemplo utilizado pelo autor:

Se compararmos duas frases: “Pedro está doente” e “Creio que Pedro está doente”, pode-se considerar que o que é enunciado é idêntico nos dois casos: o estado de doença atribuído como predicado a Pedro. Se essas duas frases são diferentes, elas o são não no plano do enunciado, mas no plano da enunciação: na primeira, o locutor afirma que Pedro está doente (podemos dizer: o enunciator apresenta a doença de Pedro como uma evidencia objetiva); na segunda, o locutor qualifica o que diz como uma crença e atribui a si esta última (VERÓN, 2004, p. 216).

Verón conclui, assim, que a diferença entre as duas frases estaria na relação do autor com aquilo que foi dito, no âmbito da enunciação, ou nas modalidades do dizer. A enunciação se dá a partir de um dispositivo de um **contrato**⁸, constituído por: (1) a imagem

⁸ Quando utilizou como objeto empírico jornais e revistas, Verón referiu-se ao dispositivo como “contrato de leitura”. Em outros trabalhos, porém, utilizou também o termo “contrato comunicativo”, com o mesmo sentido.

do enunciador, ou o lugar que ele atribui a si mesmo; (2) a imagem do destinatário, do ponto de vista do enunciador; (3) a relação proposta para eles. O contrato é uma situação de troca, permeada por regras, permissões e restrições que devem ser reconhecidas pelos envolvidos na comunicação.

Podemos exemplificar a ideia do contrato no contexto da comunicação televisiva considerando dois telejornais concorrentes. Eles podem apresentar a mesma notícia e, inclusive, utilizar as mesmas fontes e as mesmas imagens, mas cada um deles firma, com seus telespectadores, um contrato diferente. Por isso, seus processos de enunciação – seus *modo de dizer* – são diferentes. A identidade de cada telejornal e sua especificidade perante a concorrência são fatores elaborados a partir das estratégias discursivas que utilizam para estabelecer vínculos com o telespectador.

A mídia propõe ao telespectador um relacionamento e estabelece as regras para essa relação via contrato comunicativo. Isso significa dizer que o texto televisivo, estabelecendo um sentido, traça um caminho a ser percorrido pelo telespectador. O emissor tem alguns critérios que determinam a imagem de si próprio como emissor do discurso. Ele deve saber, por exemplo, se o seu lugar de fala é uma revista feminina, ou um telejornal, ou um programa de humor. Em cada um desses “lugares” estarão estabelecidas certas regras do jogo comunicativo que serão perceptíveis no discurso.

A grande contribuição de Eliseo Verón, neste contexto é a consideração de que o telespectador, por sua parte, também “dá as cartas” do contrato comunicativo, a partir de seus modos de reconhecer o discurso. Num processo recíproco, a forma como o receptor reconhece o discurso influencia o “modo de dizer” dos enunciados.

Para Verón, o importante entre um enunciado e outro é a relação que o emissor estabelece com o que ele diz. Essa interdiscursividade – na qual o receptor constrói o sentido de acordo com sua cultura, crença e vivências, gerando assim diversos outros discursos – provoca um constante processo de negociação entre produtor e receptor, numa troca permanente de sentidos (FAUSTO NETO et al. 2010).

Ao posicionar a instância de reconhecimento no processo de produção de sentido, a proposta de Verón se opõe, por exemplo, ao que aponta Umberto Eco sobre o Leitor Modelo (ECO, ANO...). Para o autor italiano, há um sentido no texto, configurado a partir da imagem que o emissor faz do receptor. As estratégias desse texto, assim, são “ajustadas” pelo emissor para atingir determinado receptor “modelo”. Verón aproxima o leitor do

processo de produção do sentido, ativa sua participação a partir do contrato, considerando a relação entre ele e o emissor.

A “lente” do contrato comunicativo sobre produtos midiáticos ajuda a superar também as limitações da análise de conteúdo, tão recorrente no campo de estudos televisivos. Uma vez que se interessa menos pelo que é dito – mesmo que o conteúdo não seja descartado na análise – e mais pelos modos de dizer, permite observar relações e trocas de sentido entre emissores e receptores.

3. As experiências de pesquisa registradas pelo Intercom

Para observar como os conceitos desenvolvidos por Eliseo Verón influenciam as pesquisas sobre televisão apresentadas no Intercom, foram selecionados todos os trabalhos dos GTs *Telejornalismo* e *TV e Vídeo* apresentados entre 2009 e 2014 que incluem o autor entre as referências bibliográficas. Oito artigos preencheram estes requisitos, sendo seis do *GT Telejornalismo* e dois do *GT TV e Vídeo*.

	Título	Autor	GT	Ano
1	Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional	Juliana Freire Gutmann	Telejornalismo	2009
2	Estudo Empírico e Construção Metodológica para Desvendar o Caso Isabella nos Telejornais	Jocélia da Silva Bortoli		2010
3	O texto na reportagem de televisão	Cárlida Emerim		
4	Coberturas em Telejornalismo ⁹	Cárlida Emerim & Antonio Brasil		2011
5	O que Dizem os Enquadramentos de Câmera no Telejornal de Rede Brasileiro?	Juliana Freire Gutmann		2012
6	Posicionamento telejornalístico: o Jornal Nacional e o dilema entre a cobertura da Copa das Confederações e a cobertura das manifestações populares	Rosane Martins de Jesus		2013
7	A influência dos processos de midiaticização na relação entre a televisão e o telespectador: um estudo de caso sobre a promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, apresentado pelo Fantástico	Daniel Pedroso	TV e Vídeo	2014
8	Propuesta de abordaje semiótico de la televisión digital. Significaciones y sentidos en torno a la problemática actual de Jujuy (Argentina)	Carlos González Pérez		

Quadro 1 – artigos que apresentam Eliseo Verón nas referências (fonte: as autoras)

⁹ O artigo de autoria de Cárlida Emerim e Antônio Brasil (2011) não foi descrito e analisado porque não cita o trabalho de Verón ao longo do texto. O livro indicado nas referências, “Construir el acontecimiento”, de 1995, relaciona-se com o tema das coberturas televisivas, discutido pelos autores. A análise proposta no presente trabalho, porém, torna-se impossível sem que estas relações sejam explicitadas no texto do artigo apresentado por Emerim e Brasil.

Os artigos selecionados não foram analisados quanto ao conteúdo específico de que tratam. Foram observados apenas conceitos e abordagens ligadas ao trabalho de Eliseo Verón utilizados em cada artigo, para a visualização de um panorama que nos permitiu inferir sobre a contribuição do autor para os estudos brasileiros. Também foi analisada a bibliografia do autor usada nestes trabalhos, conforme destacado no Quadro 2. Seguindo essa proposta, este tópico traz uma breve descrição dos oito trabalhos¹⁰ para, no tópico a seguir, discutirmos pontos de interesse e tendências observadas na análise.

No trabalho apresentado em 2009, Juliana Gutmann apresenta o “eixo O-O”, criado pelo autor para explicar a relação “olho-no-olho¹¹” que se constrói a partir da linguagem dos telejornais como um efeito criado a partir do olhar fixo do apresentador televisivo para a câmera (VERON, 1983). Considerando esta relação, Gutmann discute a produção de efeitos relacionados ao jornalismo – como credibilidade e atualidade – no Jornal Nacional (Rede Globo de Televisão). No artigo que apresenta posteriormente, em 2012, a autora considera o mesmo conceito na análise que faz dos enquadramentos de câmera na cena de apresentação do telejornal. Gutmann fundamenta-se em Verón para reforçar que o contato entre apresentadores e público e a consequente relação de confiança estabelecida entre eles se dá a partir do corpo do apresentador, em especial pelo olhar diretamente para a audiência através do eixo O-O.

Verón aparece contribuindo de forma mais específica para a construção de metodologias de análise nos trabalhos de Bortoli (2010) e Emerim (2010). No primeiro caso, a autora investiga como os telejornais operam narrativamente a partir da redundância e da novelização. O estudo considera os “os modos de dizer” da mídia (VERÓN, 2004) para a elaboração de uma categoria de análise da cobertura do assassinato de uma criança que teve grande destaque nos telejornais brasileiros em 2008. Já Emerim traz uma discussão sobre o texto na reportagem de televisão, destacando suas características e apontando seu potencial analítico enquanto objeto empírico. A pesquisadora destaca a visão de Eliseo Verón sobre a materialização dos efeitos de sentido em suportes midiáticos, compreendendo “as reportagens televisivas como textos: objeto a ser descrito e interpretado”.

O artigo apresentado por Jesus (2013) discute o posicionamento do Jornal Nacional (Rede Globo de Televisão) diante da cobertura de dois acontecimentos simultâneos, a Copa das Confederações no Brasil e manifestações populares contra o evento. O autor utiliza o

¹⁰ Citados por ordem cronológica, conforme o quadro 1. Apenas para fins de organização do texto, foram reunidos na sequência os dois artigos de autoria de Juliana Freire Gutmann (2009 e 2012).

¹¹ No original, em francês, “les yeux dans les yeux”, ou “Y-Y”.

trabalho de Eliseo Verón sobre o processo de construção dos acontecimentos pela mídia (VERÓN, 1983), apenas destacando, na fundamentação teórica do trabalho, que “o acontecimento é construído *no e pelo* discurso” e que “o discurso se enuncia no imaginário”. Não há outras referências ao trabalho do autor neste artigo.

No trabalho de Pedroso (2014), Eliseo Verón aparece a partir da teoria da mediatização. O artigo discute por que as imagens e os vídeos produzidos pelos telespectadores “estão cada vez mais visíveis no discurso televisivo contemporâneo” e, para tanto, discute o conceito de mediatização. A “vertente latino-americana” de discussões sobre o tema é apresentada, destacando que ela fundamenta-se no trabalho de Verón e tem como pressuposto a percepção das “transformações na sociedade e nos fenômenos culturais a partir dos discursos que afetam a mídia e são por ela afetados”.

González Péres (2014) estuda os canais televisivos que transmitem o sinal de televisão digital na província argentina Jujuy. A partir de uma perspectiva semiótica, está interessado nas transformações estéticas e de produção de sentidos estabelecidas a partir da nova tecnologia. O trabalho não discute teoricamente conceitos de Eliseo Verón, mas faz referência à importância do autor no contexto da produção midiática na Argentina. Em uma nota de rodapé, o autor destaca que Verón participa ativamente do setor multimídia no país, com contribuições para o estudo dos meios de comunicação e com consultorias para setores da indústria televisiva, tendo se posicionado contra a aprovação da “Ley de Medios” aprovada em 2009.

	Autor	Bibliografia Citada
1	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. Revue Communications, n° 38, Paris: Le Seuil, 1983. La semiosis sociale. Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.
2	Jocélia da Silva Bortoli	Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
3	Cárlida Emerim	Esquema para el análisis de la mediatización. In: Diálogos Felafac, Lima, n.48. 1997. La semiosis social. Barcelona: Gedisa, 1996. Construir el acontecimiento. Barcelona, Espanha: Editorial Gedisa, 1995.
4	Cárlida Emerim & Antonio Brasil	Construir el acontecimiento. Barcelona: Gedisa, 1995.
5	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. Revue Communications, n° 38, Paris: Le Seuil, 1983.
6	Rosane Martins de Jesus	A Produção de Sentido. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1980. Construir El Acontecimiento. Buenos Aires-Argentina: Editorial Gedisa S.A, 1983.
7	Daniel Pedroso	Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004. Esquema para el análisis de la mediatización. In: Diálogos Felafac, Lima, n.48. 1997. La mediatización ayer y hoy. In CARLÓN Mário; FAUSTO NETO, Antônio. Las políticas de los internautas: Nuevas formas de participación. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
8	Carlos González Pérez	La semiosis social: fragmento de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1998.

Quadro 2 – bibliografia do autor utilizada nos trabalhos analisados (*fonte: as autoras*)

4. Discussão final

O conjunto de trabalhos reunidos como corpus de análise para este artigo representa, sem dúvidas, um recorte sobre a produção acadêmica recente que se interessa pelos produtos televisivos e seus impactos na sociedade. Esse recorte, necessário em qualquer análise, representa apenas uma “fatia” daquilo que poderíamos observar – e por isso mantemos o devido cuidado com generalizações e inferências - ao mesmo tempo em que representa um olhar que destaca especificidades e pontos de interesse deste campo de estudos.

Verificamos uma evidente diversidade de abordagens e de “usos” da teoria de Eliseo Verón nos trabalhos analisados. Cada um dos autores utiliza aspectos específicos, dentre a produção do autor, que são aplicados nos trabalhos também de formas diversas. Isto pode estar relacionado, em certa medida, pela diversidade que marca a obra de Eliseo Veron, com trabalhos que extrapolam a teoria da semiose social para tratar de temas específicos como a construção do acontecimento e os processos de mediatização.

Mesmo assim, observamos – pela recorrência em quatro trabalhos¹² – a influência do primeiro livro do autor, *La Semiosis Social*, que parece ser utilizado de forma genérica, como o livro que reúne os principais conceitos do autor relacionados à produção do sentido e que, portanto, daria conta de “representar” seu pensamento. Isto porque, entre os quatro trabalhos em questão, apenas dois trazem citações diretas da obra do autor. Bortoli (2010), que aponta, com base no autor, os “modos de dizer” como uma categoria de análise para telejornais, não chega a explicar a origem ou os fundamentos deste conceito. Apenas Emerim (2010) fundamenta o uso dos conceitos de Verón para o desenvolvimento de uma metodologia específica de análise para telejornais, destacando que a materialidade do sentido se dá no texto.

Estes também são os dois únicos trabalhos que aproximam os conceitos de Verón de uma proposta de análise de produtos televisivos. Porém, os dois se mantêm no nível do texto (ou das gramáticas de produção), deixando de lado toda a produção do autor sobre as gramáticas de reconhecimento e suas possíveis aplicações para os estudos televisivos.

Os trabalhos também não utilizam a produção bibliográfica do autor – publicada na forma de artigos – sobre as especificidades do discurso televisivo. Entre eles, destacamos trabalhos onde o autor discute especificamente o discurso de telejornais (VERÓN, 1989),

¹² Em três deles, com o título em espanhol. Uma citação é feita à edição em português, com o título “A produção do sentido”.

programas eleitorais de televisão (VERÓN, 2003) e reality show (VERÓN, 2009). Apenas Gutman, nos dois artigos que apresentou, utiliza o conceito do “olho no olho” destacando seus efeitos na produção de sentidos a partir dos apresentadores do telejornal. Não deixamos de considerar que a própria teoria da semiose social traz diversas contribuições para este campo de estudos, como tentamos demonstrar ao longo deste trabalho, mesmo que não trate especificamente de televisão. É uma teoria que pode ser aplicada para o estudo e para a análise empírica de diversos formatos do discurso midiático. Em sua forma mais complexa, ou seja, considerando todo o processo de produção de sentido desde as gramáticas de produção até as gramáticas de reconhecimento, ainda não foi testada, aplicada ou discutida no contexto das pesquisas brasileiras.

Referências bibliográficas

ARMAND; MATTELARD, Michèle. **História das teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2012.

FAUSTO NETO, Antônio; ROCHA, Sibila; ALLI, Flávia; BOZZETTO, Lais; ISAIA, Letícia Sarturi; VALLEJOS, Maitê. *(Re)Visitando os conceitos de contrato de leitura: Uma proposta de entendimento dos pontos de vínculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para sociedade midiaticizada*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 33, Anais... Caxias do Sul. 2010.

VERÓN, Eliseo. *Il est là, je le vois, il me parle*. In: Communications, 38, 1983. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_0751-7971_1986_num_4_21_1017>. Acesso em: 25 maio de 2015.

_____. **Espaces énonciatifs du journal télévisé, un retour de l'énoncé?** Journées d' Etudes sur l'information télévisée, Bulletin du Certeic n° 10, págs. 67-72. Paris, 1989

_____. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

_____. Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais. In: FAUSTO NETO, Antônio; **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, 2003.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

_____. **Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento**. In: ECO-Pós, v.12, n. 1, p. 11-26, 2009.

Referências dos artigos analisados

BORTOLI, Jocélia da Silva. *Estudo Empírico e Construção Metodológica para Desvendar o Caso Isabella nos Telejornais*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 33, Anais... Caxias do Sul. 2010.

EMERIM, Cárlica. *O texto na reportagem de televisão*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 33, Anais... Caxias do Sul. 2010.

EMERIM, Cárlica; BRASIL, Antônio. *Coberturas em Telejornalismo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 34, Anais... Recife. 2011.

GUTMANN, Juliana Freire. *Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 32, Anais... Curitiba. 2009.

_____. *O que Dizem os Enquadramentos de Câmera no Telejornal de Rede Brasileiro?* In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 35, Anais... Fortaleza. 2012.

JESUS, Rosane Martins de. *Posicionamento telejornalístico: o Jornal Nacional e o dilema entre a cobertura da Copa das Confederações e a cobertura das manifestações populares*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 36, Anais... Manaus. 2013.

PEDROSO, Daniel. *A influência dos processos de midiaticização na relação entre a televisão e o telespectador: um estudo de caso sobre a promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, apresentado pelo Fantástico*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 37, Anais... Foz do Iguaçu. 2014.

PÉREZ, Carlos González. *Propuesta de abordaje semiótico de la televisión digital: Significaciones y sentidos en torno a la problemática actual de Jujuy (Argentina)*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 37, Anais... Foz do Iguaçu. 2014.