UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

COMUNICAÇÃO SOCIAL

JORNALISMO

VINICIUS FERREIRA SECO BOTELHO

A FORMA-JORNALISMO E SEUS EFEITOS DISCURSIVOS NA CREDIBILIDADE DA INFORMAÇÃO

RIBEIRÃO PRETO-SP

2023

Vinicius Ferreira Seco Botelho

A FORMA-JORNALISMO E SEUS EFEITOS DISCURSIVOS NA CREDIBILIDADE DA INFORMAÇÃO

Monografia apresentada à Universidade de Ribeirão Preto como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo

Orientador: Prof. Pós-Dr. João Flávio de Almeida

RIBEIRÃO PRETO-SP

2023

Ficha catalográfica preparada pelo Centro de Processamento
Técnico da Biblioteca Central da UNAERP

- Universidade de Ribeirão Preto -

BOTELHO, Vinicius Ferreira Seco, 2001-
B748f A forma-jornalismo e seus efeitos discursivos na credibilidade da informação / Vinicius Ferreira Seco Botelho. – Ribeirão Preto, 2023.
51 f. : il. color.

Orientador: Prof.º Dr.º João Flávio de Almeida.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade de Ribeirão Preto, UNAERP, Jornalismo, 2023.

1. Jornalismo - linguagem. II. Título.

CDD 070

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO……. 8

1 TEORIAS DA ANÁLISE DO DISCURSO…… 12

1.1 DISCURSO……..13

1.2 HISTÓRIA E MEMÓRIA DISCURSIVA……...16

1.3 FORMAÇÃO DISCURSIVA……...18

1.4 IMAGINÁRIO DISCURSIVO……..20

1.5 CONDIÇÃO DE PRODUÇÃO DE SENTIDO……...21

2 FORMA-JORNALISMO……23

2.1 O FORMATO DA NOTÍCIA……25

2.1 TRANSFORMAÇÕES NO FORMATO DO JORNALISMO AO LONGO DA HISTÓRIA E A CHEGADA DA TELEVISÃO……27

3 ANÁLISE E CARACTERÍSTICAS DOS VEÍCULOS……33

3.1.1 Jornal Nacional……..33

3.1.1.1 Descrição……..35

3.1.2 Cidade Alerta……37

3.1.2.1 Descrição……..38

3.1.3 Fofocalizando……39

3.1.3.1 Descrição……..41

3.1.4 Redes Sociais……...42

3.1.5 Flow Podcast……....44

3.2 Análise do consumo das informações com base na AD…….……..……46

CONCLUSÃO…….…….…….……..49

REFERÊNCIAS.....50

RESUMO

Pensado durante as aulas de teorias do jornalismo na graduação de jornalismo, esta pesquisa buscou compreender a influência do imaginário discursivo do público no consumo de jornalismo, definindo assim como a subjetividade de cada um afeta diretamente o papel do jornalismo na sociedade, alterando a credibilidade do veículo e construindo diferentes narrativas. Para isso, o embasamento teórico da Análise do Discurso, de Michel Pêcheux, foi fundamental no desenvolvimento da pesquisa, para entender o papel da linguagem no campo da ideologia e o funcionamento do imaginário discursivo. Além disso, também foi desenvolvido um estudo para definição do conceito forma-jornalismo, que corresponde ao formato do jornalismo consumido na sociedade, que difere das teorias acadêmicas apresentadas sobre a definição de jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo. Consumo. Imaginário Discursivo. Forma-Jornalismo. Formação Discursiva.

ABSTRACT

Thought during journalism theories classes in journalism undergraduate studies, this research sought to understand the influence of the discursive imaginary of the public in the consumption of journalism, thus defining how the subjectivity of each one directly affects the role of journalism in society, changing the credibility of the vehicle and building different narratives. For this, the theoretical basis of Discourse Analysis, by Michel Pêcheux, was fundamental in the development of the research, to understand the role of language in the field of ideology and the functioning of discursive imaginary. In addition, a study was also developed to define the concept form-journalism, which corresponds to the format of journalism consumed in society, which differs from the academic theories presented on the definition of journalism.

Keywords: Journalism. Consumption. Discursive Imaginary. Subjectivity. Ideology

INTRODUÇÃO

Entender o processo de comunicação requer uma análise profunda acerca de todas as etapas que compõem o ato de se comunicar, que se inicia no locutor e percorre um intrincado itinerário até chegar ao receptor da mensagem, influenciado por diversos contextos e dinâmicas ao longo do percurso. Essa estrutura está intrinsecamente ligada ao jornalismo, não por menos, já que a comunicação é uma das (se não a maior) veias da profissão, e é através dela que a essência do jornalismo floresce.

No jornalismo, muito além do processo de comunicação do jornalista com o público através de textos, contextos prévios carregados pelo público são fundamentais no processo de consumo da informação, influenciada diretamente pela vivência de cada pessoa que potencialmente vier a consumir qualquer tipo de conteúdo desenvolvido por diferentes veículos de comunicação.

Devido a esses fatores, surge a dúvida e o grande problema apresentado neste trabalho, que busca compreender como a credibilidade jornalística é construída mesmo enfrentando diferentes tipos de barreiras ao longo do processo entre os diferentes tipos de público que consomem jornalismo.

Entender esse processo de influência é fundamental para compreender o funcionamento do jornalismo na sociedade contemporânea, principalmente pelo papel exercido pelas redes sociais atualmente, e como o trabalho do jornalista, essencial para o funcionamento e exercício da democracia, passa por diversos processos de crença e descrença por parte da população como um todo, dos diferentes grupos sociais, cada um com diferentes contextos e experiências, apresentado pelo conceito de Formação Discursiva, que engendra diferentes Imaginários Discursivos acerca de um mesmo veículo, a depender do contexto social e ideológico do sujeito.

Entender o processo de consumo e produção da notícia passa obrigatoriamente pela compreensão dos diferentes imaginários discursivos sobre o jornalismo. Como o próprio conceito de imaginário discursivo define, um processo de comunicação entre dois sujeitos passa por uma expectativa, por uma determinação prévia do que é o outro envolvido, buscando prever o que sujeito A

imagina de B e vice-versa. No jornalismo, o público ouvinte constrói imaginários discursivos em relação ao veículo, que varia em diferentes Formações Discursivas. Algumas Formações Discursivas carregam imaginários discursivos de um jornalismo semelhante ao Jornal Nacional: ternos, linguagem direta e coloquial, bancadas, seriedade. Por outro lado, outras Formações Discursivas olham para o mesmo imaginário discursivo e se sentem afastados ou até mesmo descredibilizam o trabalho feito devido a contextos sociais prévios.

Dito isso, as práticas jornalísticas que correspondem ou não a esses diferentes imaginários discursivos variam de veículo para veículo. Checagem, opinião, linguagem, cenário e vestimentas, por exemplo, são alguns dos fatores que influenciam na construção de um veículo e que, atualmente, nem sempre são definidos nos moldes teóricos e históricos do jornalismo, ampliando mais e mais as margens da definição sobre o que é e o que não é jornalismo.

Jornalismo é um conceito (ou melhor, um espaço discursivo) amplo, mais ou menos preciso, constantemente motivo de disputas e, por isso mesmo, movente. O que é preciso para que uma informação seja considerada “jornalística”? Esse imaginário social que define jornalismo é homogêneo? Ele é o mesmo antes e depois do surgimento das redes sociais? Quais os aspectos materiais que dão forma ao imaginário discursivo que acolhe uma informação como sendo jornalística? É possível “parecer” jornalismo sem o ser, bem como o contrário? Se sim, qual a relação entre a definição canônica de jornalismo e sua prática?

As hipóteses levantadas partem de três pilares essenciais: O imaginário discursivo norteia a credibilidade da informação; O consumo do jornalismo sofre influência direta das formações discursivas do público consumidor e como a Forma-Jornalismo atua na construção do imaginário discursivo.

O principal objetivo desta investigação científica é trabalhar o conceito de Forma-Jornalismo (APOLINÁRIO, 2022), lançando luz sobre os diferentes imaginários discursivos que acolhem diferentes imagens a respeito daquilo que se nomeia, grosso modo, como jornalismo. Como problema de pesquisa, busca-se responder: quais as diferentes divisas que contornam o imaginário discursivo a respeito do jornalismo no Brasil contemporâneo?

Partimos da hipótese de que a credibilidade jornalística é diretamente influenciada não apenas pela sua prática, mas pelo imaginário discursivo trabalhado em diferentes Formações Discursivas, o que implica afirmar que o processo de consumo e produção da informação não corresponde às definições canônicas ensinadas nas graduações e defendidas nas editorias, mas são imaginadas discursivamente com diferentes divisas, formas e práticas.

O Método utilizado foi a Análise do Discurso. A AD é, além de um campo teórico, uma metodologia. Para isso, o embasamento teórico da Análise do Discurso, de Michel Pêcheux, foi fundamental para discorrer sobre o consumo e influência da informação na sociedade. Além disso, também foi definido o conceito de forma-jornalismo, para entender a forma de apresentação do jornalismo para a sociedade, por meio do embasamento teórico de Teoria do Jornalismo, de Felipe Pena. Por fim, foi realizado um estudo de caso sobre quatro programas jornalísticos: Jornal Nacional, Cidade Alerta, Fofocalizando e Redes Sociais, com base nos conceitos teóricos definidos anteriormente, para entender como cada meio possui diferentes vertentes e diferentes formas de consumo com os mesmos conteúdos, baseados na influência da ideologia e subjetividade.

É possível examinar um tema de pesquisa partindo dos pilares de revisão da literatura, análise de conteúdo, análise de discurso, entrevistas, estudo de caso ou mesclar diversos tipos e, através da utilização de técnicas desafiadoras, a pesquisa se torna ainda mais atrativa durante a sua construção (DUARTE; BARROS, 2006, p. 45).

Duarte e Barros (2006, p.303) citam que:

> Neste caso, existe estreita ligação entre a análise de conteúdo e a análise automática do discurso (AAD), inaugurada por Michel Pêcheux. Procura estabelecer ligações entre as condições de produção do discurso e sua estrutura, Sua hipótese geral considera que um discurso é determinado pelas suas condições de produção e por um sistema linguístico. Desde que ambos sejam conhecidos, pode-se descobrir a estrutura organizadora ou processo de produção, através da análise da superfície semântica e sintática deste discurso (ou conjunto de discursos).

Por meio de análises iniciais, foi possível identificar que a produção do jornalismo explicado em conceitos teóricos se destoa do jornalismo exercido na prática, com nuances previamente concretizados ou descartados que se alteram em diferentes contextos, como veículos e informações.

Com isso, foi possível entender que o consumo do jornalismo é completamente influenciado pelas Formações Discursivas do receptor, que determina diferentes Imaginários Discursivos para cada veículo de comunicação, influenciando o processo de consumo e credibilidade do trabalho jornalístico apresentado, com questões ideológicas presentes na veia do consumidor, ou público, dos conteúdos produzidos pelos veículos apresentados.

A discussão sobre a influência da ideologia e subjetividade no processo de comunicação e trabalho do jornalismo na sociedade contemporânea ajuda a compreender diversos processos políticos e sociais existentes atualmente, com a proposta de esclarecer o processo de diferentes formas de consumo de um mesmo veículo por pessoas diferentes, através da ideia Formações Discursivas e Imaginário Discursivo, presentes na Análise do Discurso de Michel Pêcheux.

1. TEORIAS DA ANÁLISE DO DISCURSO

A análise do discurso francesa surge em 1969, com a publicação da obra Análise Automática do Discurso, por Michel Pêcheux. Pesquisador da *École Normale Supérieure*, em Paris, Pêcheux traz com a AD um novo olhar para a ciência da linguagem, ocupando espaço nos estudos linguísticos antes pertencentes à Noam Chomsky e ao estruturalismo, de Ferdinand Saussure.

Segundo Orlandi (2005, p. 15), "na análise do discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história". Assim, podemos entender que a AD traz uma forma de análise onde a linguagem deixa de ser pautada apenas em pilares gramaticais e linguísticos.

Nas palavras de Brasil (2011, p. 172):

> A linguagem não é mais concebida como apenas um sistema de regras formais com os estudos discursivos. A linguagem é pensada em sua prática, atribuindo valor ao trabalho com o simbólico, com a divisão política dos sentidos, visto que o sentido é movente e instável.

A AD nasce na relação entre três domínios disciplinares: a Linguística, de Saussure, a Psicanálise, de Lacan, e a Memória Histórico-Discursiva, de Marx. O encontro dessas três linhas de estudo possibilita o nascimento da AD. Segundo Orlandi (2005, p. 19), as contribuições dessas três filiações teóricas estão no conceito de língua como objeto e com ordem própria, da Linguística, o conceito de real da história, legado do materialismo histórico, ou Memória Histórico-Discursiva, de Marx, que juntas formam uma relação linguístico-histórica fundamental para a AD, além do conceito de deslocamento da noção de homem para a de sujeito, fundamentada na Psicanálise, de Lacan.

De acordo com Orlandi (2005, p. 15):

> A Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive.

> O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana.

Após um breve resumo histórico do surgimento da Análise do Discurso, entender o que é discurso é fundamental para o desenvolvimento da análise, já que o processo só existe por meio da existência de um objeto de análise que, no caso, é o discurso.

1.1 Discurso

A Análise do Discurso não está pautada apenas nos conceitos de interpretação, leitura ou compreensão de um texto, mas busca um estudo muito mais amplo e complexo, através dos contextos históricos envolvidos na comunicação. Com isso, podemos dizer que o discurso funciona como uma espécie de campo de ideias, que flutuam e buscam uma forma de se materializarem, de se reproduzirem, de se tornarem existentes através da fala de um sujeito. Quando alguém fala, automaticamente irá reproduzir discursos e criar, a partir dele, narrativas de diferentes objetivos e vertentes. De acordo com Maldidier (2003, p. 15-16):

> O discurso me parece, em Michel Pêcheux, um verdadeiro nó. Não é jamais um objeto primeiro ou empírico. É o lugar teórico em que se intricam, literalmente, todas as suas grandes questões sobre a língua, a história, o sujeito. A originalidade da aventura teórica do discurso prende-se ao fato que ela se desenvolve no duplo plano do pensamento teórico e do dispositivo da análise de discurso, que é seu instrumento.

É importante pontuar que, diferente da definição clássica nas ciências da comunicação, que se funda na relação entre emissor, mensagem, canal e receptor, na A.D. o conceito de discurso passa pela relação complexa entre língua, materialidades linguísticas, contexto sócio-histórico, e todo aparato ideológico de estabilização e naturalização de sentidos. Dito de outra forma, todo enunciado é um

espaço de disputa de poder, logo, toda vez que um sujeito faz uso da palavra ele se implica ideologicamente com alguma determinada Formação Discursiva.

Quando o discurso é reproduzido ideologicamente, com caráter natural e fluído dentro das ideias humanas, as pessoas adotam e disseminam as ideias desse discurso com muito mais naturalidade e convicção, com a sensação de que as pautas traçadas são definidas por vontade própria, e não uma ideia plantada com diferentes objetivos e funções sociais.

Orlandi (2005, p. 16 e 17) define que:

> A Análise do Discurso reflete sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua. Partindo da ideia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, trabalha a relação língua-discurso-ideologia. Essa relação se complementa com o fato de que, como diz M. Pechêux: não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido.

Outro fator importante para compreender o impacto e mecanismo de estruturação do discurso é a interpretação. Orlandi (2005, p. 9) afirma que o ato de interpretar um texto é inseparável da constituição do próprio sujeito. Ao usar uma palavra, o sujeito silencia outras, e por isso toma partido. Portanto, não há neutralidade em nenhum dos signos utilizados, nem mesmo os mais simples e comuns do dia a dia fogem do gesto da interpretação.

É importante citar mais uma vez sobre o impacto da ideologia no conceito de interpretação. Através dela, pessoas vão ter diferentes análises, sentimentos e compreensões de um mesmo discurso, dependendo intrinsecamente da base histórica e ideológica que um sujeito carrega no momento do discurso. Trabalhar com esses pilares, existentes no receptor, mas que precisam estar inseridos na imagem do emissor, é crucial para o desenvolvimento e apreensão do sentido.

Como exemplo: se um pastor, em um espaço religioso grita a expressão “sangue de Jesus tem poder!”, as pessoas que estão presentes neste evento irão captar a mensagem como um empoderamento da imagem religiosa de Jesus Cristo, do fortalecimento da fé e perpetuação da ideologia cristã. A ideologia cristã, nesse

exemplo, vive dentro da figura do pastor, naturalmente, e das pessoas que frequentam o espaço. Portanto, a presença da ideologia, tanto no emissor quanto no receptor da mensagem, fortalece a interpretação e perpetuação dos dogmas religiosos, que é exatamente o objetivo de eventos como esse.

Por outro lado, se um filósofo crítico dos conceitos e dogmas religiosos discursar em um ambiente de pessoas ateias e proclamar a expressão “sangue de Jesus tem poder!”, a interpretação do discurso será de forma irônica, devido à falta de ideologia religiosa tanto no emissor quanto no receptor da mensagem. Nesse contexto, a expressão atua diretamente como descredibilizadora do discurso religioso, fortalecendo o discurso ateu. Diante disso, podemos ver uma mesma expressão, com as mesmas palavras, com efeitos completamente opostos e contrastantes.

Segundo Gregolin (1995):

> Esses recursos do nível discursivo têm como objetivo estabelecer a relação entre o enunciador do texto e o enunciatário, permitindo a interpretação por meio de marcas espalhadas no texto. Essas marcas conduzem o leitor a perceber a orientação argumentativa e as relações entre o texto e o contexto em que foi produzido. Entendemos, portanto, discurso como um dos patamares do percurso de geração de sentido de um texto, o lugar onde se manifesta o sujeito da enunciação e onde se pode recuperar as relações entre o texto e o contexto sócio-histórico que o produziu.

Conclui-se, portanto, que a linguagem e comunicação, por essência, não são transparentes, e carregam obrigatoriamente discursos, ou seja, contextos históricos maiores que um simples texto ou comunicador, presentes na sociedade de forma enraizada e permanente, esperando apenas a manifestação textual. Assim, a AD, com o discurso, busca entender o que um texto significa, e não apenas o seu conteúdo ou gramática.

Segundo Orlandi (2005, p. 17 e 18):

> A Análise do Discurso considera que a linguagem não é transparente. Desse modo ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado. A questão que ela coloca é: como este texto significa? Há aí um deslocamento, já prenunciado pelos formalistas russos, onde a questão a ser respondida não é o “o quê”, mas o “como”. Para responder, ela não trabalha com os textos apenas como ilustração ou como documento de algo que já está sabido em outro lugar e que o texto exemplifica. Ela produz um

> conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade.

Para compreender exatamente o funcionamento do discurso, é preciso sintetizar conceitos que fazem parte do mecanismo de ação do discurso, como é o caso da História e da Memória Discursiva, que serão definidas no próximo tópico.

1.2 História e Memória Discursiva

Um dos conceitos importantes para entender a manifestação do discurso é a memória discursiva. O registro histórico é fundamental para a interpretação de discursos, independentemente da vertente ou contexto em que está inserida. A memória trabalha constantemente, mesmo que atuante no subconsciente, para determinação de sentidos e interpretações.

Para Orlandi (2005, p. 33):

> A constituição determina a formulação, pois só podemos dizer (formular) se nos colocamos na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória). Todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos.

Por conta dessa atuação da história na produção dos sentidos dos discursos, o esquecimento é um dos pilares para determinação de significados e objetivos buscados pelo discurso e pela comunicação. Através do esquecimento, Formações Discursivas buscam espaço e tentam ocupar lacunas de conceitos com determinadas palavras e ideias, sobrepondo sua ideologia para garantir uma atuação maior, ou seja, mais presença e disseminação entre grupos e tribos ideológicas no momento da produção de diferentes discursos. Orlandi (2005, p. 35 e 36) explica que:

> Quando nascemos, os discursos já estão em processo e nós é que entramos nesse processo. Eles não se originam em nós. Isso não significa que não haja singularidade na maneira como a língua e a história nos

> afetam. Mas não somos o início delas. Elas se realizam em nós em sua materialidade. Essa é uma determinação necessária para que haja sentidos e sujeitos. Por isso é que dizemos que o esquecimento é estruturante. Ele é parte da constituição dos sujeitos e dos sentidos. As ilusões não são "defeitos", são uma necessidade para que a linguagem funcione nos sujeitos e na produção de sentidos.

Diante do conceito de história e memória discursiva, um dos pontos defendidos por Pêcheux é o embate entre os campos de memória, onde cada discurso vai tentar ocupar um espaço em diferentes esferas e ambientes de ideias, causando uma disputa de ideais em distintos contextos.

Segundo Pêcheux (1999, p.56):

> A memória não poderia ser concebida como uma esfera plena cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria sentido homogêneo, acumulado ao modo reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamento e de retomadas, de conflitos de regularização. Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos.

Segundo (Pêcheux, 1999), os campos de memória funcionam como suporte para um discurso, um histórico pertencente ao inconsciente construído com base em repetições de textos. Esse suporte, ao longo do tempo, sofre alterações e, com isso, os discursos vão se moldando e passam por transformações. Os acontecimentos discursivos são as mudanças, a história, e a memória é a fixação, o enraizamento do discurso. Com esse enraizamento, o discurso se estabelece e passa a ser reproduzido e repetido, e esse processo recebe o nome de regularização discursiva.

Essa estabilização sofre impactos e quebras com a história, e enunciados são modificados por novos acontecimentos discursivos em um processo linear. Ou seja, em outras palavras, conceitos e discursos sofrem constantes alterações ao longo da história, fortalecendo diferentes ideias em diferentes contextos e períodos de tempo.

Um dos pontos de destaque na teoria de Pêcheux é que a memória, na AD, deve ser compreendida como memória social, ou seja, pertencente a Formações

Discursivas, e não individualizada, de forma que grupos sociais compartilham de ideais e interesses semelhantes, intrinsecamente ligado ao processo de ideologia.

Com a definição de história e memória discursiva, o conceito de Formação Discursiva é essencial para compreender os aspectos ideológicos como campos de ideias, em formato de “espaços”, onde se debate e estabelece conceitos que assumem diferentes formas com base na ideologia presente em cada uma delas.

1.3 Formação Discursiva

A partir da ideia de história e memória discursiva, é possível definir um dos conceitos mais importantes para o desenvolvimento deste trabalho, que é a Formação Discursiva. Como dito anteriormente, o discurso é conceito abstrato, presente na sociedade de forma indireta ao sujeito, isto é, não está presente em uma pessoa ou uma ideia, mas está estabelecida na sociedade e atua como uma sombra da comunicação humana.

O discurso busca a materialização, eminentemente, por meio da expressão, da comunicação, da produção de falas e mensagens. Esse processo de materialização do discurso, onde ele se apresenta e se difunde através de ideias e conceitos, completamente interligado à ideia de ideologia, recebe o nome de Formação Discursiva.

Orlandi (2005, p. 40) explica que:

> A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito. (...) As palavras falam com outras palavras. Toda palavra é sempre parte de um discurso. E todo discurso se delineia na relação com outros: dizeres presentes e dizeres que alojam na memória.

Uma palavra, por si só, carrega uma definição que se destina à uma ação ou objeto, por exemplo. Entretanto, uma mesma palavra pode ser usada em diferentes formações discursivas, ganhando formas e significados diferentes em cada uma delas. Esse processo de definição passa essencialmente pela cadeia ideológica.

Podemos dizer então que as Formações Discursivas assumem posturas ideológicas, como por exemplo: Formações Discursivas de esquerda, de direita, religiosa, reacionária, progressista, entre outros modelos ideológicos na qual o discurso se estabelece.

Segundo Foucault (2009, p. 43), a Formação Discursiva responde ao conceito de construção do discurso, onde, por meio de uma regularidade, é possível compreender estruturas como ordem, correlações, posições, funcionamentos e transformações. Esse processo de construção é a materialização do discurso em um fundamento ideológico.

Outro ponto de destaque no entendimento de Formação Discursiva é o contraste entre uma e outra. Isso significa que o entendimento de uma Formação Discursiva progressista, por exemplo, está diretamente relacionada ao entendimento de uma Formação Discursiva reacionária, pois muitos dos conceitos presentes em cada uma lutam entre si por espaço no discurso e no significado, e esse contraste define direcionamentos e ideias presentes nos discursos das Formações Discursivas.

No ponto de vista de Pêcheux (1993, p. 168):

> O ponto da exterioridade relativa de uma formação ideológica em relação a uma formação discursiva se traduz no próprio interior desta formação discursiva: ela designa o efeito necessário de elementos ideológicos não-discursivos (representações, imagens ligadas a práticas etc.) numa determinada formação discursiva. Ou melhor, no próprio interior do discursivo ela provoca uma defasagem que reflete esta exterioridade. Trata-se da defasagem entre uma e outra formação discursiva, a primeira servindo de algum modo de matéria-prima representacional para a segunda, como se a discursividade desta "matéria-prima" se esvanecesse aos olhos do sujeito falante.

Com isso, é possível entender que cada formação discursiva impõe significados e contextos, e determina assim o “caminho” que cada discurso terá, mudando totalmente a rota dependendo da formação discursiva em que o discurso está se estabelecendo. Por exemplo, um mesmo discurso terá significados e conceitos totalmente diferentes se estabelecido em uma formação discursiva religiosa, em uma formação discursiva artística ou em uma formação discursiva política.

Posto o entendimento de Formações Discursivas, com um aspecto de “local ideológico”, o conceito de Imaginário Discursivo torna-se necessário para compreender o sistema de produção e consumo de informação partindo do próprio telespectador, como um processo de expectativa e subjetividade inserido no consumo.

1.4 Imaginário Discursivo

Se as Formações Discursivas dizem respeito ao local onde as palavras vão ser estabelecidas e assim construírem diferentes significados e sentidos, os Imaginários Discursivos definem o princípio de “expectativa” que direciona a interpretação.

Durante um processo de comunicação, dois sujeitos envolvidos, por natureza, carregam determinadas expectativas e pressupostos sobre o outro. Esse processo é intrínseco ao comunicar. A ideia que o sujeito A carrega sobre o sujeito B interfere diretamente na mensagem, no dizer, da mesma forma que a ideia que o sujeito B carrega sobre A, como ouvinte, também atua diretamente no processo de significação do discurso.

Alguns dos fatores determinados como influenciadores do sentido, segundo Eni Orlandi (2005, p. 37), são local de fala, ou seja, posição de autoridade, que influência na credibilidade da mensagem (como é no caso do jornalismo ou com um professor em uma sala de aula, por exemplo), chamado de relação de forças e mecanismo de antecipação, que fala sobre o impacto da argumentação em diferentes receptores, que se colocam no lugar do seu interlocutor e assumem um papel de aceitabilidade do discurso ali apresentado.

Toda a ideia de imaginário discursivo passa por construções sociais, que determinam papéis de interlocutores na sociedade e, assim, determina papéis de credibilidade. Esse jogo de posições agrega ou desagrega credibilidade a um discurso, dependendo de quem está falando. Esse conceito, por natureza, é fundamental ao jornalismo e ao restante do trabalho, pois através dele é possível

compreender a posição de autoridade do jornalismo, que por sua vez possui um local de fala na sociedade onde o que é dito nos jornais, na grande maioria das vezes, é considerado como correto e verdadeiro.

De acordo com Brasil (2011, p. 174):

> A posição-sujeito (PÊCHEUX, 1988) configura-se como um objeto imaginário que ocupa seu espaço no processo discursivo. Desta forma o sujeito não é um, mas comporta distintas posições-sujeito, variantes conforme as formações discursivas e ideológicas em que o sujeito se inscreve, ou seja, faz parte do descentramento do sujeito falar-se em posições-sujeito. O sujeito se constitui em posições-sujeito.

Na prática, podemos citar exemplos claros do impacto do imaginário discursivo, como um telespectador que integra uma formação discursiva, um grupo ideológico, presente no campo do negacionismo. Esse telespectador, através do imaginário discursivo que carrega, determinará um nível de credibilidade ao Jornal Nacional e outro para as Redes Sociais. No exemplo citado, o Jornal Nacional não terá credibilidade e será taxado de mentiroso, enquanto que as redes sociais são sinônimos de liberdade de expressão e informações “neutras, verdadeiras e sem viés ideológico”. Nesse sentido, também podemos citar o papel da ideologia, que faz o telespectador acreditar fielmente de que a ideologia parte apenas do outro, e não dele.

Agora, definido o conceito de Imaginário Discursivo, é possível debater e entender a atuação dessa estrutura no tópico de Condição de Produção de Sentido, também estudado e conceituado pela Análise do Discurso.

1.5 Condição de Produção de Sentido

Compreendido as funções e processos que levam um sujeito a interpretar e compreender cada discurso com diferentes olhares e entendimentos, todos esses elementos fazem parte da condição de produção de sentido, que diz respeito ao

processo de absorção do discurso, derivado da relação histórica e imediata que o sujeito terá com o discurso.

Mesmo nos discursos políticos mais claros e diretos possíveis, alguns elementos, sejam eles textuais ou visuais, podem carregar diferentes contextos e fatores históricos, ativados pela memória, que afetam indiretamente na interpretação de cada discurso. Orlandi (2005, p. 31) explica que, por mais que o imediatismo seja presente e forte no momento de materialização de um discurso, as palavras por si só carregam muito mais que apenas o seu significado concreto e simples e, por isso, carrega fatores históricos e ideológicos que afetam diretamente na condição de produção de sentido do discurso e assim influencia no impacto final que a mensagem causará ao receptor.

Nas palavras de Pêcheux (1993, p. 76 e 77):

> Seja, por exemplo, o discurso de um deputado na Câmara. Do estrito ponto de vista saussuriano, o discurso é, enquanto tal, da ordem da *fala*, na qual se manifesta a "liberdade do locutor", ainda que, bem entendido, seja proveniente da *língua* enquanto sequência sintaticamente correta. Mas o mesmo discurso é tornado pelo sociólogo como uma pane de um mecanismo em funcionamento, isto é, como pertencente a um sistema de normas nem puramente individuais nem globalmente universais, mas que derivam da estrutura de uma ideologia política, correspondendo, pois, a um certo lugar no interior de uma formação social dada.

Posto os seguintes conceitos, podemos compreender que a Análise do Discurso traz consigo os mecanismos fundamentais de conceituação para entender a atuação do jornalismo na sociedade, tanto do ponto de vista de produção quanto do ponto de vista de consumo, que serão estabelecidos no próximo capítulo, que trará o conceito de forma-jornalismo, abordando aspectos e formas que determinam como o jornalismo se apresenta na sociedade, e como isso é fundamental para o funcionamento e exercício da profissão, influenciado por diferentes tipos de atuações sociais, políticas e econômicas.

2. Forma-Jornalismo

Definir o conceito de jornalismo de forma simples e direta, como apenas uma profissão, esconde os diversos nuances e a enorme profundidade que a atividade exerce na sociedade. De acordo com Rossi (1980), “jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”. William Bonner, um dos maiores nomes do jornalismo brasileiro, diz que “o jornalismo é uma atividade sujeita a doses de subjetividade”. Essas duas propostas exemplificam a dificuldade para uma definição exata do que é jornalismo, e o objetivo deste capítulo é compreender as formas do jornalismo, seus moldes e como ele se apresenta na sociedade. Nas palavras de Pena (2005, p. 11):

> Qualquer teoria não passa de um reducionismo. Está na sua natureza. Se vou teorizar sobre determinado assunto, significa que quero enquadrá-lo sob um ponto de vista determinado. Mesmo que para isso utilize os mais diversos conceitos e as mais diversas metodologias. Ao final, meu trabalho acaba sendo reduzir os tais conceitos e as tais metodologias aos limites do próprio quadro teórico que proponho. Não adianta, é impossível escapar dessa sina. Teorizar é uma tentativa desesperada de enquadrar interpretações críticas que, vistas sob qualquer outro ângulo, mostrariam-se muito mais complexas.

No olhar de Traquina (2020), entender o que é jornalismo passa pelo processo de entender o que é a vida em todas as suas dimensões, incluindo acontecimentos históricos, nascimentos, mortes, cultura, economia, ciência, educação, ambiente, arte e tudo o que compõe o mundo e suas limitações.

Um dos conceitos acadêmicos mais antigos e mais discutidos no jornalismo é o da objetividade (PENA, 2005). Presente de forma fiel nas literaturas e conceitos teóricos do jornalismo, a ideia de objetividade vai sempre existir na raiz do jornalismo, mesmo que, na prática, o jornalismo acabe assumindo outras posturas, influenciados pelos novos modelos de comunicação e novos objetivos definidos pelo avanço tecnológico.

As transformações tecnológicas que atingem o jornalismo ao longo da história mudam completamente a forma de interação do público com o conteúdo, ou

seja, muda a forma de consumo da informação. Isso faz com que diferentes Formações Discursivas adotem, naturalmente, diferentes tipos de veículos de comunicação como precursores da sua maneira de pensar. De acordo com Traquina (2020, p. 17):

> O "campo jornalístico" começou a ganhar forma nas sociedades ocidentais, durante o século XIX, com o desenvolvimento do capitalismo e, concomitantemente, de outros processos que incluem a industrialização, a urbanização, a educação em massa, o progresso tecnológico e a emergência da imprensa como mass media. As notícias tornaram-se simultaneamente um gênero e um serviço; o jornalismo tornou-se um negócio e um elo vital na teoria democrática; e os jornalistas ficaram empenhados num processo de profissionalização que procurava maior autonomia e estatuto social.

Esse processo de adoção de veículos passa pelo ideal de Imaginário Discursivo, já que um público presente na Formação Discursiva progressista, por exemplo, buscará um veículo de comunicação que corresponda ao seu Imaginário Discursivo progressista. Isso faz com que, por exemplo, determinados grupos políticos, influenciados pela ideologia, assumam as Redes Sociais como melhor alternativa para consumo de informação, enquanto outros grupos irão optar por jornais e veículos mais tradicionais e consolidados, como o Jornal Nacional ou a Folha de São Paulo, por exemplo.

Como explica Orlandi (2005, p. 40), as Formações Discursivas existem com base em estruturas sócio-históricas, e essa base influencia diretamente na objetividade e na forma-jornalismo dos veículos em diferentes recortes de tempo.

Ainda segundo Pena (2005, p.53):

> Mas o que se observa no jornalismo atual é uma simbiose, não uma separação. A notícia nunca esteve tão carregada de opiniões. E um dos motivos é justamente atender ao critério de objetividade que obriga o jornalista a ouvir sempre os dois lados da história. Os jornais valorizam mais as declarações do que os próprios fatos. Ou seja, preocupam-se mais com os comentários sobre os acontecimentos do que com os acontecimentos em si.

Ainda dentro deste contexto, existe a guerra por trás dos veículos de comunicação. Como cita Pêcheux (1993, p. 76 e 77), um mesmo discurso pode ser adotado e compreendido de diferentes maneiras, a depender do ponto de vista e do campo previamente assumido e relacionado ao dizer. No jornalismo, os campos ideológicos não apenas vão consumir determinados tipos de veículos de

comunicação, como também vão atacar e descredibilizar aqueles que acreditam ser mentirosos e com posicionamentos contrários à sua perspectiva e subjetividade, em busca de prevalecer sempre o seu ponto de vista e sua base ideológica na sociedade, a depender do campo onde o discurso se instala.

Podemos compreender, portanto, que a forma-jornalismo se caracteriza por "práticas, modos de se fazer, ritos e modos de se comunicar" (APOLINÁRIO, 2022). Ou seja, a forma-jornalismo busca estruturar e moldar o discurso jornalista como um discurso que, de certa forma, se apropria de outros discursos e molda um discurso caracterizado como imparcial e alheio aos impactos ideológicos. Com isso, entendemos que o jornalismo se apresenta como um meio por onde passam discursos e dizeres, e esse meio se comporta com diferentes formatos, estabelecendo assim um conceito de forma-jornalismo.

Com o entendimento das estruturas de consumo e formato do jornalismo, é necessário um estudo sobre os diferentes meios de comunicação adotados pelo jornalismo ao longo da história, para entender o papel de cada evolução tecnológica no processo de consumo da informação, e o formato do produto, a notícia, apresentado no próximo tópico deste trabalho.

2.1 O formato da notícia

Assim como a indústria têxtil produz tecidos e uma fábrica de papel transforma a madeira em celulose e por fim em papel, o jornalismo também pode ser visto como uma indústria, como propõe a teoria do Newsmaking, e tem como produto final a notícia. Entender a notícia como produto do jornalismo é, por essência, compreender a forma de produção e o âmbito que este ocupa na sociedade (Amaral, 2001).

Determinar o conceito de notícia passa pela convergência de múltiplas teorias, visões de mundo e definições abstratas, que englobam produção, influência, apuração, construção e estruturação do jornalismo e da notícia, consequentemente.

Traquina (2020, p. 47) diz que:

> O que é notícia? A visão que os jornalistas apresentam desta questão − o que é notícia? − é simultaneamente simplista e minimalista: a) simplista porque, segundo a ideologia jornalística, o jornalista relata, capta, reproduz ou retransmite o acontecimento. Segundo a metáfora dominante no campo jornalístico, o jornalista é um espelho que reflete a realidade. O jornalista é simplesmente um mediador; e b) minimalista porque, segundo a ideologia dominante, o papel do jornalista como mediador é um papel reduzido. Aliás, é significativo que, habitualmente, os jornalistas sejam relutantes em reconhecer ou assumir a importância e a influência do seu trabalho

Dentro dessa análise, é importante salientar o processo de seleção e definição do que é e o que deixa de ser notícia, processo esse abordado na teoria do Gatekeeper e também do Newsmaking, com os valores-notícia. Nas palavras de Traquina (2020, p. 73):

> Os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística que os membros desta comunidade interpretativa partilham. Servem de “óculos” para ver o mundo e para o construir. Sublinhamos, como o historiador Mitchell Stephens, as “qualidades duradouras” do que é notícia ao longo do tempo: o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade. Mas os valores-notícia não são imutáveis, com mudanças de uma época histórica para outra, com sensibilidades diversas de uma localidade para outra, com destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional.

Segundo Pena (2005), “na rotina produtiva diária das redações de todo o mundo, há um excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas”. Devido à “bomba informacional” que chega até o profissional de jornalismo, o processo de produção da notícia, obrigatoriamente, passa por um filtro que determina o que será noticiado e o que será descartado. Nessa vertente, a teoria do Newsmaking cita o trabalho jornalístico como uma forma de construção social da realidade (Pena, 2005).

Essa responsabilidade de construção social da realidade, atrelada ao jornalista, carrega também a abertura para acusações de manipulação e distorção dos fatos, fenômeno que ganhou força nos últimos anos e está relacionado ao conceito de ideologia e campo ideológico previamente abordado.

Segundo Traquina (2020, p.24):

> A compreensão teórica que este manual pretende oferecer aos futuros jornalistas é ver as notícias como uma “construção” social, o resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo, que reivindicam o monopólio de um saber, precisamente o que é notícia. A promoção das estratégias de comunicação é legítima e só é “manipulação” quando métodos ilegítimos, como a mentira ou documentos forjados, são utilizados.

Com o entendimento do conceito de notícia, é importante salientar que cada veículo e cada meio de comunicação, como televisão, rádio e mídia impressa, por exemplo, carrega particularidades na produção e consumo da notícia. Para entender melhor esse processo, é necessário um estudo sobre as transformações e as evoluções do jornalismo ao longo da história, que será abordado no próximo capítulo.

2.2 Transformações no formato do jornalismo ao longo da história e a chegada da televisão

Ao longo da história, o jornalismo passou por diversas transformações, causadas pelo avanço tecnológico, como aponta Barbosa (2007, p. 221), ao dizer que o jornalismo diário passou a ter inúmeras mutações a partir dos anos 1980, incluindo a utilização das tecnologias de informática.

Pena (2005, p. 34 e 35) diz que:

> Primeiro jornalismo: 1789 a 1830. Caracterizado pelo conteúdo literário e político, com texto crítico, economia deficitária e comandado por escritores, políticos e intelectuais. Segundo jornalismo: 1830 a 1900. Imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas, a criação de reportagens e manchetes, a utilização da publicidade e a consolidação da economia de empresa.Terceiro jornalismo: 1900 a 1960. Imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens, influência das relações públicas, grandes rubricas políticas e fortes grupos editoriais que monopolizam o mercado.Quarto jornalismo: de 1960 em diante. Caracterizado pela informação eletrônica e interativa, como ampla utilização da tecnologia, mudança das funções do jornalista, muita velocidade na transmissão de informações, valorização do visual e crise da imprensa escrita.

Os primeiros jornais eram escritos à mão, depois passaram a ser impressos, rádio, televisão e, por fim, a digitalização e a convergência midiática, possibilitada por meio da internet e dos celulares. A chegada da televisão trouxe imagens para um jornalismo que, até então, trabalhava com textos e voz.

Nas palavras de Traquina (2020, p. 28):

> Uma visão mais global da história do jornalismo na democracia aponta para três vertentes fundamentais do seu desenvolvimento: 1) a sua expansão, que começou no século XIX com a expansão da imprensa, e explodiu no século XX com a expansão de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão, e abre novas fronteiras com o jornalismo on-line 4 ; 2) a sua comercialização, que teve verdadeiramente início no século XIX com a emergência de uma nova mercadoria, a informação, ou melhor dito, a notícia; 3) concomitantemente, o polo econômico do campo jornalístico está em face da emergência do polo intelectual com a profissionalização dos jornalistas e uma consequente definição das notícias em função de valores e normas que apontam para o papel social da informação numa democracia.

Desses processos tecnológicos, o impacto causado pela chegada da televisão pode ser considerado como um dos mais emblemáticos. A transição entre texto e voz para a imagem abre espaço para mudanças históricas e permanentes na produção jornalística, incluindo seu relacionamento com o público, sua forma, estrutura e maneira de consumo. A partir da chegada do aparelho televisivo nas casas, o jornalismo passa por uma transformação intensa.

Imagem 1 - Chegada da televisão nas casas brasileiras

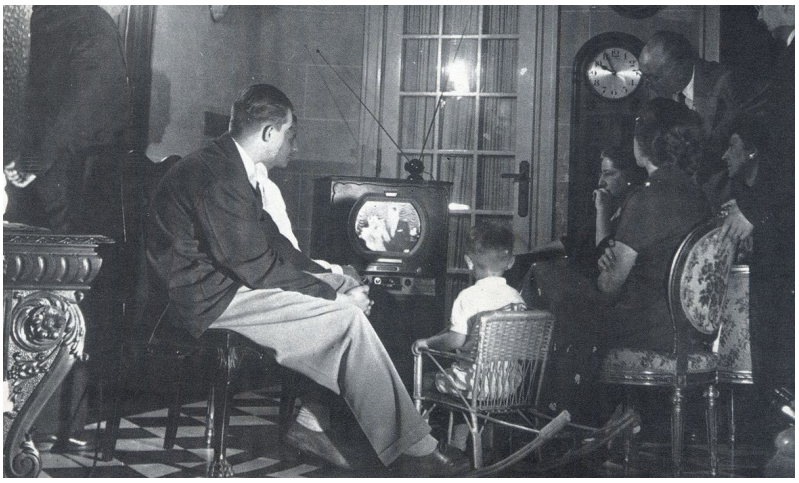

Foto: Fundação Assis Chateaubriand

Segundo Barbosa (2007, p. 176):

> Uma casa comum no subúrbio do Rio, onde vive uma família também comum. O inusitado na cena é que, de repente, todos estão em torno de um aparelho que ocupa lugar entronizado na sala de estar. Dezenas de pessoas se espalham diante de um móvel entreaberto, deixando antever uma tela. Na janela, os vizinhos se amontoam para poder ver as imagens em preto-e-branco. Na escada, as crianças também se enfileiram na tentativa de visualizá-las. As imagens que saem da televisão possuem pouca nitidez. O silêncio dos personagens é quebrado, de tempos em tempos, pelos comentários que a trama televisiva provoca.

Esse impacto, causado pela chegada da televisão na sociedade brasileira, também influencia diretamente a maneira de se fazer jornalismo, que agora passa a mirar seus holofotes para os produtos televisivos, atendendo a demanda popular e atraindo a atenção do grande público. De acordo com Pereira (2005, p. 47), “a proximidade com o tempo presente e o fato de estar dentro dos lares possibilitaram à televisão tornar-se o mais poderoso meio de transmissão de informação, lazer, cultura e ideias”.

O primeiro telejornal de sucesso na televisão brasileira foi o “Repórter Esso”, que foi ao ar pela primeira vez no dia 28 de agosto de 1941, com o famoso slogan “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história”.

Imagem 2 - “Repórter Esso”

Foto: Divulgação/Globo

Com o sucesso do telejornal, o modelo de bancadas e o jornalismo televisivo brasileiro começou a ganhar forma e se popularizar no país, abrindo espaço para cada vez mais novos veículos e programas na grade brasileira (Klockner, 2011).

No dia 1º de setembro de 1969 surgia o Jornal Nacional, um dos jornais mais importantes da história do Brasil, com cobertura diária dos principais acontecimentos nacionais e internacionais. Desde então, milhares de acontecimentos históricos foram transmitidos para toda a população brasileira, que pôde acompanhar fatos e notícias importantes do Brasil e do mundo dentro de suas casas (Globo, 2004).

Imagem 3 - Começo do Jornal Nacional

Foto: Ronaldo Fonseca/Agência O Globo

Como citado anteriormente, as formas de produção da notícia são reféns de uma influência ideológica que atinge tanto o veículo quanto o público que consome a informação. Na televisão, a escolha de imagens, personagens, sequência dos fatos, passagem do repórter, angulação, dentre outros fatores, são mecanismos que constroem a narrativa e, dependendo de cada contexto histórico, político, social e econômico, por exemplo, podem causar diferentes efeitos no público.

Segundo Traquina (2020, p. 22)

> Por ideologia, queremos dizer a existência de “sistemas de crença” através dos quais os praticantes dão sentido à sua experiência de trabalho. Situações de trabalho são sistemas de interação; as pessoas interagem em séries de relações que são sociais e também técnicas. Através destas interações há definições de papéis, expectativas recíprocas de desempenho de um papel; solidariedade de grupo, e o desenvolvimento e definição de grupos de referência. Como criaturas sociais, as pessoas participam em padrões de ação; falam a linguagem do seu grupo e pensam como pensa o seu grupo

Por outro lado, a interpretação e os efeitos causados no público também sofrem influência de uma carga ideológica previamente carregada por quem consome a informação. Determinados veículos, por si só, carregam estereótipos e contextos previamente existentes que influenciam completamente o consumo da notícia. Por exemplo: por muitos anos, o Jornal Nacional foi referência e o principal veículo televisivo de notícias do Brasil, carregando uma mística e uma credibilidade existentes antes mesmo do conteúdo em si, apenas pela construção e pela confiabilidade no trabalho jornalístico prestado. Atualmente, com as mudanças comunicacionais causadas pelo avanço tecnológico e pela chegada da internet e das redes sociais, determinados grupos políticos sequer consomem o jornal e, além disso, descredibilizam o conteúdo apresentado antes mesmo da informação ser repassada, um cenário completamente inverso ao apresentado anteriormente. Em ambos os casos, não é a informação em si que está em jogo. Ambos os casos carregam contextos previamente determinados, ideologias, e com a AD, é possível identificar a construção da credibilidade e o consumo de informação do veículo e do público.

Definidos os conceitos e a construção de uma ideia sobre a forma-jornalismo, o próximo capítulo deste trabalho fará uma análise acerca de alguns veículos televisivos na atualidade para compreender o funcionamento e a relação entre linguagem do veículo e a formação discursiva no processo de consumo da notícia e do veículo televisivo, na interpretação do consumidor e no trabalho de construção da informação.

3 Análise e características dos veículos

Para iniciar a análise sobre os veículos, antes é necessário uma descrição e compreensão das características de cada um deles. A definição das características passa pela identificação da linguagem, canal, formato, público e outras informações que caracterizam o funcionamento do veículo. Após essa descrição, será possível compreender como as formações discursivas interagem com cada um desses veículos e, com isso, modificam o processo de consumo e interpretação do trabalho jornalístico de cada um deles.

Os veículos escolhidos para análise foram o Jornal Nacional, da TV Globo; o Cidade Alerta, da Record TV; Fofocalizando, do SBT; as redes sociais, para compreender o consumo do público no ambiente virtual e o Flow Podcast.

3.1.1 Jornal Nacional

Como citado anteriormente, o Jornal Nacional é um dos principais programas jornalísticos da televisão brasileira, criado no dia 1º de setembro de 1969. Atualmente, o programa é apresentado pelos jornalistas William Bonner e Renata Vasconcellos. Em formato de bancada, com revezamento da leitura das notícias entre os dois apresentadores, o Jornal Nacional é exibido seis vezes por semana, exceto no domingo, às 20h30, com 50 minutos de duração.

Imagem 4 - Jornal Nacional Atual

Foto: Frame de Vídeo/TV Globo

Mantendo viva as raízes do jornalismo tradicional mas com espaço para comentários pontuais e uma certa interpretação dos fatos por parte dos apresentadores, atualmente o Jornal Nacional carrega uma linguagem técnica e direta, com a clássica trilha sonora e cenário do jornal, que mostra ao fundo toda a redação trabalhando em computadores, com cores predominantemente azuis. As vestimentas dos apresentadores e repórteres sempre são caracterizadas pela formalidade, por meio de termos e roupas sociais escuras e neutras (Globo, 2004).

Essa combinação de linguagens busca criar um ambiente de credibilidade e seriedade com a notícia, de maneira objetiva, onde o público que consome a informação, à primeira vista, confiará no trabalho apresentado e absorverá o conteúdo de maneira íntegra.

O grande império da credibilidade do Jornal Nacional e de outros jornais se viu estremecido após alguns fatores como as eleições de 2018, a popularização das fake news e o fortalecimento da mídia independente nas redes sociais. Esse tópico será aprofundado posteriormente, na análise de consumo de cada um dos veículos descritos.

3.1.1.1 Descrição

Na edição do Jornal Nacional no dia 8 de dezembro de 2022, o jornal começa com uma câmera fixa e central média, mostrando os dois apresentadores, William Bonner e Renata Vasconcellos, sentados, em uma bancada, no padrão tradicional de veículos jornalísticos televisivos. O cenário é composto por um telão ao fundo, na cor azul, com a logo do Jornal Nacional, com temática de um mapa múndi, e a redação do jornal, com computadores e equipamentos.

No início, os dois apresentadores cumprimentam o público com um boa noite e começa a escalada, com as principais manchetes da edição do jornal. Willian Bonner veste um terno e utiliza um computador pequeno. Renata Vasconcellos veste uma roupa social e mantém o cabelo preso.

Imagem 5 - Abertura Jornal Nacional

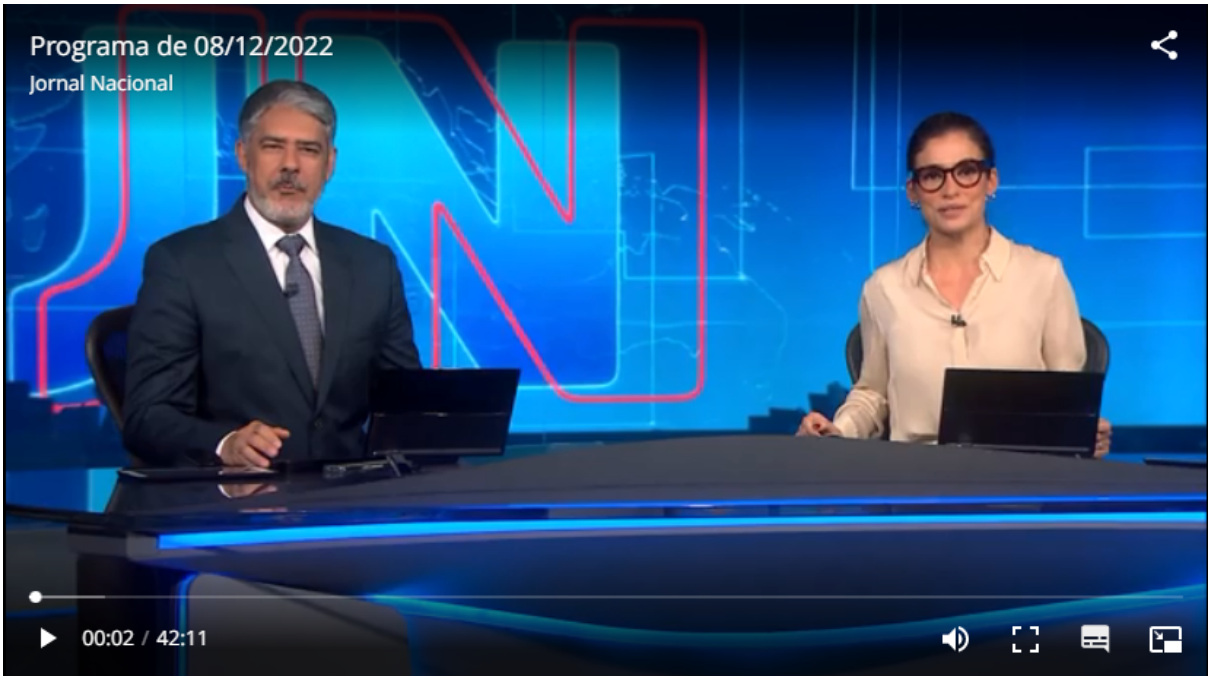

Foto: Frame de Vídeo/Globoplay

Em frases alternadas, os jornalistas anunciam as principais noticias, que são: Votação do PEC Bolsa Família na Câmara, aumento da pena para crimes de racismo em ambientes públicos, Rússia troca jogadora presa por traficante de armas nos Estados Unidos, Irã executa primeiro manifestante condenado por

protestar contra o governo nacional e futebol, com notícias da Seleção Brasileira e a Copa do Mundo.

Ao fim da escalada, uma câmera móvel e panorâmica mostra toda a redação do Jornal Nacional, com a música tema instrumental do programa ao fundo e efeitos visuais em torno da bancada dos apresentadores, que ao final formam a logo do Jornal Nacional e marca o início oficial do jornal.

Ao longo do programa, William e Renata alternam as cabeças das reportagens entre si. Com frases curtas, diretas e coloquiais, os apresentadores introduzem as reportagens ao público.

Imagem 6 - Representação Gráfica Jornal Nacional

Foto: Frame de Vídeo/Globoplay

Nas reportagens, é possível destacar o uso de recursos gráficos para ilustrar valores, números e tabelas importantes para a notícia. Os repórteres gravam as passagens com roupas sociais, com linguagem sempre coloquial e direta. Nos temas de esporte, a roupa se mantém social, mas o terno dá lugar a camisas polo.

Ao fim, os apresentadores falam sobre os próximos jogos da copa e anunciam o próximo telejornal da Globo. O Jornal se encerra com efeitos parecidos

com o do inicio, a subida dos créditos e a trilha sonora tradicional do Jornal Nacional.

3.1.2 Cidade Alerta

Um dos principais veículos de jornalismo policial do país, o Cidade Alerta foi ao ar pela primeira vez no final de 1995 e se tornou referência em cobertura de casos policiais no Brasil (Oliveira, 2011).

Imagem 7 - Cidade Alerta

Foto: Frame de Vídeo/Record

Como dito anteriormente, o grande foco do telejornal Cidade Alerta são as coberturas policiais, além de tragédias, acidentes e casos de violência em todo o Brasil. O Cidade Alerta possui algumas características marcantes, como, por exemplo, a ausência de bancadas na apresentação do jornal. O apresentador Luiz Bacci conduz o programa em pé, vestido com ternos e roupas sociais, com um cenário baseado em um telão que traz as imagens necessárias para cada matéria.

Outra característica marcante do jornal é a presença de comentários e interpretações dos jornalistas constantemente. Fugindo do conceito tradicional do jornalismo, como apresentamos anteriormente, o Cidade Alerta produz julgamentos

e opiniões sobre as notícias o tempo todo. Luiz Bacci e Percival de Souza, jornalistas que atuam nos estúdios do programa, discutem e discorrem sobre as notícias, buscando conversar com o público por meio da empatia e do diálogo próximo da realidade brasileira, explicando cada um dos crimes e tragédias noticiadas e montando uma espécie de “tribunal jornalístico”. O programa é exibido diariamente na Record TV, exceto aos domingos, às 16h30, com duração de aproximadamente 3h30.

No dia 17 de fevereiro de 2020, durante a exibição do programa, o jornalista Luiz Bacci anunciou, ao vivo, a morte de uma menina para a mãe. O caso repercutiu e gerou diversos debates sobre a ética jornalística e sobre o papel do jornal Cidade Alerta para a população brasileira.

3.1.2.1 Descrição

A edição do Cidade Alerta no dia 15 de dezembro de 2022 começa com uma trilha sonora e uma vinheta gráfica com as cores laranja e o nome do programa, que marca o início. No início, Luiz Bacci, apresentador do programa, fala ao fundo, enquanto é exibido um vídeo em um helicóptero, com vista para a cidade de São Paulo.

O apresentador veste um terno e usa uma linguagem mais próxima ao público, com comentários e bordões com os telespectadores. O cenário é composto pela cor laranja e um telão ao fundo, que constantemente é utilizado para imagens e informações pertinentes às notícias apresentadas.

Ao longo do programa, notícias policiais são apresentadas constantemente, também com a possibilidade de entrada ao vivo em caso de acontecimento policial recente. Em alguns intervalos entre as notícias, Luiz Bacci conduz propagandas de instituições e empresas com informações sobre produtos e serviços, com um telão ao fundo com informações de contato e marcas.

Imagem 8 - Reportagem Cidade Alerta

Foto: Frame de Vídeo/PlayPlus-Record

As reportagens são apresentadas por Luiz Bacci e os repórteres entram em sequência, no local, com informações sobre o ocorrido. Após a entrada dos repórteres e a notícia, a transmissão volta com Luiz Bacci no estúdio para comentários e opiniões sobre a informação. O apresentador, ao lado do jornalista e perito Percival de Souza, faz observações e discorre sobre a notícia, como uma conversa com o público, em uma espécie de tribunal jornalístico.

3.1.3 Fofocalizando

Transmitido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), o Fofocalizando é um programa televisivo jornalístico com foco em notícias sobre celebridades, conhecido popularmente como “fofoca”. Apresentado por Chris Flores, Gabriel Cartolano, Flor Fernandez e Gaby Cabrini, o programa é exibido de segunda à sexta, às 16h20, e tem uma hora de duração.

Imagem 9 - Fofocalizando

Foto: Fofocalizando/SBT

Devido ao foco em notícias relacionadas ao mundo das celebridades, o programa adota um ar mais descontraído, com roupas variadas e coloridas, um cenário rosa e roxo com cores fortes e chamativas, uma linguagem mais solta, mais informal, para criar uma proximidade com o público que consome produtos do gênero. Se por um lado o Cidade Alerta esbarra na ética em função dos julgamentos e limites do jornalismo, o Fofocalizando enfrenta um dilema público em relação ao teor das informações divulgadas. Muitas vezes, debates públicos surgem em função da discussão sobre os limites da privacidade das celebridades, muitas vezes invadidas pelo conteúdo noticiado no programa.

Mesmo com todas as polêmicas envolvendo o programa, o Fofocalizando segue como um dos carros chefes da emissora e é considerado um dos principais veículos de informação sobre celebridades do Brasil.

3.1.3.1 Descrição

Na edição do Fofocalizando no dia 27 de junho de 2022, o programa começa com a apresentadora Chris Flores falando sobre o caso Klara Castanho, atriz de 21 anos, na época, que escreveu uma carta aberta contando sobre um caso de estupro e a entrega da criança gerada para a adoção.

Tradicionalmente, o Fofocalizando começa com um tom leve e descontraído, mas, em função do tema em especial, Chris Flores explica que o programa seria diferente do comum.

Imagem 10 - Estúdio Fofocalizando

A equipe de apresentadores, formada por Chris Flores, Gabriel Cartolano, Flor Fernandez, Gaby Cabrini e Matheus Baldi, se sentam em círculo, sem bancadas, como uma roda de conversas. O estúdio é predominantemente roxo e azul, com mobílias modernas que sustentam um clima contemporâneo e jovem. As vestimentas são voltadas para o público jovem, e fogem do padrão social de outros veículos.

Imagem 11 - Entrevista no Fofocalizando

Foto: Fofocalizando/Frame de Vídeo

Ao longo do programa, os apresentadores discorrem sobre a notícia envolvendo a atriz Klara Castanho, com opiniões e as chamadas “fofocas”. Além disso, especialistas são convidados durante o programa para falar sobre o caso em diferentes vertentes, como advogados e psicólogos, por exemplo.

A linguagem do programa funciona como uma espécie de Mesa-Redonda, onde os apresentadores conversam entre si e, ao mesmo tempo, trazem informações e conteúdos jornalísticos para o telespectador.

3.1.4 Redes Sociais

A popularização da internet e o avanço tecnológico trouxeram alternativas e novos modos de consumo da informação, gerando uma revolução na forma de consumir o jornalismo, por parte do consumidor, e na própria forma de produção da notícia, por parte das redações. Por outro lado, esse mesmo fenômeno deu origem

às redes sociais, que em partes foi incorporada e se tornou aliada do jornalismo, mas também abriu espaço para veiculação de notícias sem credibilidade e muitas vezes mentirosas, chamadas de Fake News.

Segundo Duarte et al (2016, p. 4):

> Já as redes sociais permitem ao usuário não só publicar um conteúdo a seu gosto como disseminá-lo de forma segmentada entre as pessoas e grupos de seu relacionamento. Dessa forma, na Web 2.0, a reprodução de um padrão adotado pela mídia tradicional deixa de ser interessante, pois o usuário pode usar a linguagem que for mais próxima de seu próprio público, da audiência de sua própria rede.

Como comenta o autor, as redes sociais trazem liberdade na disseminação de conteúdos conforme os desejos dos usuários, que podem ou não fugir dos conteúdos abordados pela mídia tradicional. Essa configuração cria um local de fuga para o público que, por diferentes motivos, opta por não confiar na mídia tradicional.

Sousa (2013, p. 71) comenta que:

> A facilidade em se publicar, comentar e distribuir informações nos sites de redes sociais na internet marca o atual momento do jornalismo. Diferentemente da época de ouro do jornalismo impresso, quando os editores possuíam grande poder sobre a sociedade, com a emergência das redes sociais esse poder se dispersa e é dividido com seus usuários.

Imagem 12 - Telegram

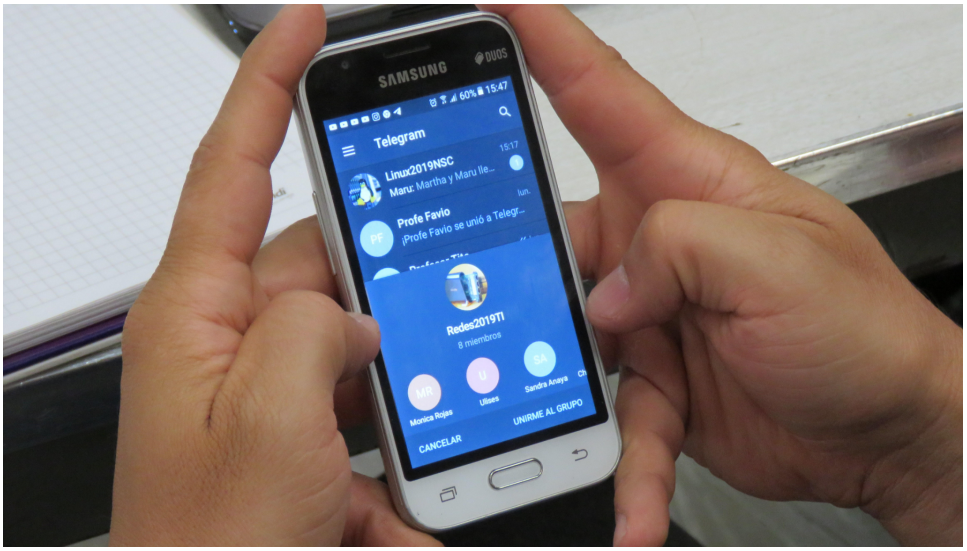

Foto: Wikimedia Commons

Dentre as redes sociais, se destacam o WhatsApp e o Telegram, aplicativos de mensagens instantâneas utilizados como meios de disseminação de notícias e informações apresentadas como imparciais e confiáveis. A falta de controle sobre o conteúdo compartilhado abre portas para a disseminação de notícias de todos os teores, sem checagem e até mesmo sem autor definido.

Com a definição e descrição das características de cada um dos veículos selecionados, o próximo capítulo irá definir como o consumidor, com base no Imaginário Discursivo, Formação Discursiva e Ideologia, consome cada tipo de veículo de maneira distinta e pessoal.

3.1.5 Flow Podcast

Dentre os diversos veículos que se popularizaram no ambiente virtual, os programas de podcast ganham cada vez mais visibilidade online, se tornando um dos principais meios de divulgação de informação na internet. No Brasil, o Flow Podcast é um dos principais veículos do segmento, sendo um dos pioneiros da prática. Inicialmente apresentado por Bruno Monteiro Aiub, mais conhecido como Monark, e Igor Coelho, conhecido como Igor 3k, o programa abriu portas para o podcast no Brasil e, ao mesmo tempo, trouxe polêmicas.

Imagem 13 - Flow Podcast

Foto: Flow Podcast/Divulgação

Por muitas vezes, a prática do Flow foi associada diretamente ao jornalismo, ideia repudiada por seus apresentadores. Para Monark, o programa não deveria ser classificado como jornalismo, e sim apenas como uma conversa informal que era transmitida pela plataforma YouTube.

Em um dos seus episódios, no dia 16 de janeiro de 2020, Rogério Skylab, entrevistado do programa, afirma que o Flow Podcast é um programa de conversa registrado e transmitido para milhões de pessoas. A afirmação gera um debate, onde Rogério afirma que o programa exerce papel jornalístico e Monark se mantém relutante ao tema, rebatendo com a ideia de que a característica do Flow, para os criadores, era ser apenas uma conversa de “botiquim”.

Imagem 14 - Flow Podcast Entrevista

Foto: Frame de Vídeo/Flow Podcast

O formato apresentado pelo Flow Podcast segue a premissa dos recentes programas criados no formato: uma mesa ao centro, com microfones na mesa, cadeiras e um cenário discreto, onde o foco é única e exclusivamente o entrevistado e a conversa gerada ao longo do programa. A televisão ao fundo roda propagandas de patrocínios do Flow em *looping*, e a mesa é composta por bebidas e alguns enfeites.

Após três anos, o Flow Podcast segue sendo um dos principais programas de podcast no Brasil, com entrevistas relevantes e impactantes ao longo do tempo, como o ex-presidente Jair Bolsonaro, o atual presidente Lula, cantores e personalidades da mídia atual.

3.2 Análise do consumo das informações com base na AD

Por diversos motivos, como interesses pessoais, afinidade, relevância, contexto e outros fatores que dependem de cada consumidor, de forma individual, cada espectador se relaciona com produtos midiáticos de maneiras diferentes. Algumas pessoas preferem filmes de romance, outras ação, comédia ou outro gênero quando consomem produtos cinematográficos. No jornalismo, o mesmo fenômeno acontece. Conforme os veículos apresentados no capítulo anterior, determinados grupos de pessoas preferem se informar por meio do Jornal Nacional, outros preferem o telejornal Cidade Alerta, o programa Fofocalizando, as Redes Sociais, Flow ou até mesmo consumir todos ou mais de um deles, conforme os interesses e ao Imaginário Discursivo, a Formação Discursiva e a Ideologia, discutidos no primeiro capítulo deste trabalho.

Essa escolha passa por diversos critérios, que podem ser divididos em dois grupos: os de produção e os pessoais. Os de produção podem ser caracterizados como responsabilidade do próprio veículo, ou seja, são determinados pela qualidade que cada produto apresenta ao consumidor. Qualidade de vídeo, informação, credibilidade, histórico e outros fatores que atraem o telespectador que consome a informação para determinado veículo. Os critérios pessoais passam pelos tópicos abordados anteriormente, como Ideologia, contexto social, imaginário discursivo e formação discursiva são alguns dos conceitos que mostram como o público possui questões que independem da responsabilidade do veículo.

Nas Redes Sociais, por exemplo, temos um movimento cada vez maior de descredibilização da mídia tradicional. Pessoas que optam por consumir informação

apenas por meio das Redes Sociais, evitando canais oficiais, fomentam essa cultura.

Analisando pelo olhar de ação dos veículos, mesmo com um trabalho de qualidade nos critérios de produção, o movimento de descrença da mídia tradicional afasta o consumidor do Jornal Nacional, por exemplo, criando um embate por espaço entre as Redes Sociais e o veículo.

Além disso, esse movimento de descrença se intensifica ao estabelecer laços com formações discursivas políticas, por exemplo, onde determinados grupos políticos definem veículos que devem ser consumidos e outros que devem ser boicotados. Grupos políticos de direita tendem a consumir informações via Redes Sociais e boicotam o Jornal Nacional, por exemplo. Pessoas que são adeptas a religião evangélica, que possuem interseções com grupos políticos de direita devido aos discursos semelhantes e alinhados, adotam um modelo de consumo parecido. Devido a linguagem mais próxima ao chamado “povão”, esses grupos sociais geralmente carregam uma visão de jornalismo que são correspondidas por veículos como as Redes Sociais e o Cidade Alerta. Jovens, por sua vez, também consomem informações pelas Redes Sociais e, afunilando para o grupo que acompanha o mundo das celebridades, também irão consumir o programa Fofocalizando. Por outro lado, grupos políticos progressistas tendem a boicotar informações advindas das Redes Sociais, de canais não oficiais, e possuem maior tendência a consumir informações de veículos como o Jornal Nacional. Classes sociais mais baixas, por conta da linguagem adotada, muitas vezes se sentem distantes e não representadas por veículos como o Jornal Nacional, e tendem a se relacionar melhor com veículos como o Cidade Alerta e o Fofocalizando, que adotam linguagens próximas a esse grupo social. Nesse contexto, o Flow aparece como um veículo alternativo, com papel informacional claro, mas que se auto-declara fora da roupagem do jornalismo.

Esses são alguns exemplos de ideais criados em relação ao consumo do jornalismo e sua ligação com o público, com preceitos de um consumo rígido e polarizado, que na prática se mostra como um conceito mais amplo e menos heterogêneo, com diferentes públicos se relacionando com diferentes veículos de formas diferentes. Nas palavras de Eugênio Bucci, “a credibilidade é relativa”, e

também passa por relações e definições muito mais densas e complexas do que alguns exemplos limitados e extremistas.

A mesma notícia, o mesmo produto midiático gera reações e efeitos totalmente adversos em diferentes grupos sociais. Como explicado em capítulos anteriores, a Análise do Discurso, mais especificamente o Imaginário Discursivo, cria uma credibilidade que varia de acordo com o grupo social.

Como cita Orlandi (2005, p. 16 e 17), “a AD reflete sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua”. Esse fenômeno pode ser observado na forma como diferentes Formações Discursivas se relacionam com a mesma notícia.

Uma notícia veiculada no Jornal Nacional gera revolta e descrença por parte de grupos políticos de direita, enquanto que grupos progressistas consomem e acreditam no conteúdo apresentado pelo veículo. Por outro lado, informações compartilhadas via Redes Sociais, por canais não oficiais, são absorvidas e credibilizadas por grupos de direita, enquanto que grupos progressistas acabam por combater e descredibilizar as informações compartilhadas nos moldes apresentados.

Como afirma Pêcheux (1999), a existência de um discurso prevê também a existência de um contra-discurso. Segundo o autor, não há dominação sem resistência, e esse fenômeno explica como a imparcialidade construída no jornalismo não atinge todos os leitores da mesma maneira, criando um cenário ainda mais subjetivo e particular. Esse tema, em especial, possui amplo potencial de exploração e abre espaço para novas pesquisas.

Podemos compreender, portanto, que o trabalho exercido pelos veículos de comunicação passa obrigatoriamente por um processo externo, presente na interpretação e experiência do público. É indispensável que os veículos cumpram seus requisitos e busquem ao máximo cumprir as expectativas que o público alvo estabeleça sobre aquele conteúdo, mas fatores externos e pessoais definem a escolha e a interpretação da notícia que cada espectador terá em relação ao conteúdo.

CONCLUSÃO

A ideia inicial do trabalho era compreender a relação entre estruturas prévias, como contextos sociais e ideológicos, por exemplo, com o entendimento e consumo da informação de diferentes veículos midiáticos. Ao longo do trabalho, teorias e conceitos foram aplicados para entender a construção da credibilidade da mídia e o Discurso apresentado, com embasamento teórico na AD de Michel Pêcheux e Teorias do Jornalismo, de Felipe Pena e Nelson Traquina.

Com a seleção de cinco veículos midiáticos diferentes, foi possível compreender como cada um se comunica com o público, visando atrair uma persona condizente com a linguagem daquele canal em específico. Cada programa possui uma comunicação própria, e uma mesma informação pode ser passada de maneiras muito diferentes, a depender do veículo, e causar diferentes tipos de interpretações, dependendo dos contextos previamente apresentados e analisados.

Isso mostra que não apenas o trabalho do jornalista por si só condiciona a compreensão da informação, mas também a forma de comunicação, o meio e os contextos sociais, históricos, culturais e ideológicos presentes no público, que compreende as informações com impacto direto desses preceitos apresentados.

Com a presença da internet cada vez mais fortalecida entre os veículos de informação, compreende-se que a liberdade para difusão de informações se amplia cada vez mais e, com isso, os limites que delimitam o jornalismo, ou seja, a roupagem do jornalismo, se torna cada vez mais aberta e expandida, criando um universo onde diferentes práticas assumem papéis na prática jornalística com critérios cada vez mais particularizados e difundidos.

Entender esse fenômeno é importante para diferentes vertentes do jornalismo, como a análise no consumo das informações veiculadas pelos veículos jornalísticos, da forma de produção de notícias desses veículos, a comunicação estabelecida entre público e canal, estratégias de comunicação, entre outros pontos vinculados ao trabalho e exercício da profissão do jornalista.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz. **Jornalismo. Matéria de Primeira Página**. [*S. l.*]: Tempo Brasileiro, 2008. 236 p.

APOLINÁRIO, Paulo Henrique. **FORMA-JORNALISMO: PRÁTICAS E DISCURSOS**. In Revista, [*s. l.*], v. 14, 2022. Disponível em: https://revistas.unaerp.br/inrevista/article/view/2729. Acesso em: 11 jan. 2023.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007**.**

BRASIL, Luciana Leão. **Michel Pêcheux e a teoria da análise de discurso: desdobramentos importantes para a compreensão de uma tipologia discursiva**. Linguagem - Estudos e Pesquisas, [*s. l.*], v. 15, ed. 1, p. 171-182, 2011.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DUARTE, Jorge et al. **Mídias sociais online e prática jornalística: um estudo em Santa Catarina.** 2016. Disponível em: https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/arqcom/article/download/3854/3137. Acesso em: 27 jun. 2023.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009

GLOBO. Memória Globo. **História**. *In*: Jornal Nacional. [*S. l.*], 11 jan. 2022. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/historia/noticia/historia.ghtml. Acesso em: 20 jun. 2022.

GLOBO, Memória. **Jornal Nacional. A Notícia Faz História**. Coleção Memória Globo. [*S. l.*]: Zahar, 2014. 409 p.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. **A análise do discurso**: conceito e aplicações. Alfa, São Paulo, n. 39, p. 13-21, 1995.

KLOCKNER, Lúciano. **O Repórter Esso. A Síntese Radiofônica Mundial que Fez História**. [*S. l.*]: AGE, 2011. 320 p.

MALDIDIER, Denise. **A Inquietação do Discurso: (Re) Ler Michel Pêcheux** Hoje. Campinas: Pontes, 2003.

OLIVEIRA, DD. **Cidade Alerta: jornalismo policial, vigilância e violência**. In: GOMES, IMM., org. Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo

[online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 121-150. ISBN 978-85-232-0797-7. Available from SciELO Books .

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso. Princípios e Procedimentos**. [*S. l.*]: Pontes, 2005. 100 p.

PÊCHEUX, Michel. **Papel da memória**. In: ACHARD, P. et al. (Org.) Papel da memória. Tradução e introdução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **Por uma Análise Automática do Discurso: uma introdução à obra de M. Pêcheux**. Trad. E. P. Orlandi. In: GADET, F.; HAK, T. Campinas: Ed. da Unicamp, 1993.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 1. ed. [*S. l.*: *s. n.*], 2005. 240 p. ISBN 9788572442848.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação)** – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. 286 p. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1 &isAllowed=y. Acesso em: 21 jan. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. 1. ed. Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v.2). E-Book (MOBI, ePub, 1,91 Mb). ISBN 978-65- 86428-17-9.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. 1. ed. Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020 (Coleção Teorrias do Jornalismo, v.1). E-Book (ePub, 739 Kb). ISBN 978-65-86428-18-6 .