

Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil

Contributions of Eliseo Verón to television studies in Brazil

*Contribuciones de Eliseo Verón a los estudios sobre televisión
en Brasil*

—

Beatriz CAVENAGHI

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / cavenaghi.bea@gmail.com

Maria José BALDESSAR

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / mbaldessar@gmail.com

Cristiane FONTINHA MIRANDA

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil / crisfontinha@gmail.com

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Informe, pp. 369-383)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 04-03-2016 / Aprobado: 28-09-2016

Resumo

Considerando a trajetória de Eliseo Verón e sua influência nos estudos sobre o discurso midiático, este trabalho pretende refletir tais impactos no 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, com especial atenção aos conceitos que sustentam uma proposta metodológica para a análise de produtos televisivos.

Palavras-chave: Eliseo Verón; televisão; contrato; gramáticas; sentido.

Abstract

Considering the trajectory of Eliseo Verón and its influence on studies of media discourse, this paper aims to observe their impacts in the field of television studies in Brazil. This research is based on the papers published in the National Intercom Congress. By analyzing the articles presented in thematic group called “TV Journalism” and “TV & Video” in the last six years it is possible to verify the importance of the author’s works as a reference. It was observed the author’s concepts, approaches and bibliography used in these papers. As a context for the analysis, we present an overview of the developed theory, while focusing on the basic concepts that can be used as a methodology for the analysis of television products.

Keywords: Eliseo Verón; television; contract; grammar; signification.

Resumen

Teniendo en cuenta la trayectoria de Eliseo Verón y su influencia en los estudios sobre el discurso mediático, este trabajo pretende observar sus efectos también en el campo de los estudios sobre televisión en Brasil, basado en los trabajos publicados en el Congreso Nacional de Intercom. El corpus de análisis se compone de artículos presentados en los Grupos Temáticos “Periodismo televisivo” y “TV y Vídeo” en los últimos seis años, que tienen trabajos del autor entre las referencias bibliográficas. Se han observado conceptos, enfoques y la bibliografía del autor utilizada en estas obras. Como contexto para el análisis realizado, presentamos una síntesis de la teoría que desarrolló, manteniendo el foco en los conceptos que sustentan una propuesta metodológica para el análisis de productos de televisión.

Palabras clave: Eliseo Verón; televisión; contrato; gramáticas; sentido.

1. Introdução

Em meados dos anos 80, Eliseo Verón já demonstrava um interesse específico pela televisão enquanto um dispositivo 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 trabalhos mais recentes, deu atenção especial à televisão, mesmo sabendo que este meio era considerado “incompatível com a cultura tradicional dos intelectuais” (Verón, 2009, p. 18).

Nos últimos anos, compreender os anseios e preferências do telespectador tem sido um desafio importante 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 produção e distribuição da televisão se apresenta 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.

Com a morte de Eliseo Verón em abril de 2014, essa discussão tão urgente perdeu um de seus maiores entusiastas. Todo o esforço teórico empreendido pelo autor durante sua frutífera carreira, porém, permanece disponível e atual para continuarmos pensando os caminhos da pesquisa em televisão. Pode-se dizer que o trabalho do pesquisador argentino tem contribuído para este campo de estudos de duas formas principais: i) por meio da teoria da semiótica social que desenvolveu, e sua consequente compreensão sobre a produção de sentidos a partir dos produtos midiáticos e; ii) dos 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 tanto para o resultado final de seu trabalho quanto para a influência da qual goza no meio acadêmico. Um exemplo disso é a ascendência 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 no 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” (Mattelart & Mattelart, 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 social.

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 saussuriana para fundamentar sua visão sobre as ciências

sociais. Mais tarde, passou a desenvolver trabalhos com base na teoria triádica de Charles Peirce. A teoria da semiose 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 Brother¹ e sobre a qual trataremos mais detalhadamente no decorrer deste trabalho.

Verón se tornou mais conhecido no contexto brasileiro a partir da publicação de seu primeiro livro em português, “Ideologia, Estrutura e Comunicação” (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 observa seus impactos também para o campo de estudos televisivos². 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, nos tópicos 3 e 4 trazemos um panorama dos reflexos do trabalho de Verón nos estudos televisivos no Brasil, tendo como base artigos publicados em congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

2. Contribuições de Verón 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, 1984, p. 215). Segundo o autor, ao tentar fazer uma política da boa vizinhança com a linguística, a semiologia acabou tendo resultados que pouco contribuíram para o

1 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”.

2 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, repositório de trabalhos publicados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

avanço da área, ou seja, praticando nada mais do que uma “linguística ultrapassada” (Verón, 1980, p. 175).

A segunda corrente de pensamento que Verón pretendia superar era a que chamou “dos anos 1970”, a qual não se interessava 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 aos processos (Verón, 1980).

A proposta apresentada pelo autor, diferente das duas praticadas até então, pressupõe que não há um sentido “dado” no texto, como sugeria a primeira abordagem, assim como não é possível que as gramáticas – ou os processos – geradores do texto digam tudo sobre ele. Portanto, Verón delinea 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” (Verón, 1984, p. 216).

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 enunciatador (Verón, 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 enunciatador apresenta a doença de Pedro como uma evidência objetiva); na segunda, o locutor qualifica o que diz como uma crença e atribui a si esta última. (Verón, 1984, 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. Essa enunciação se dá a partir de um dispositivo que chamou de *contrato*³, constituído por: (1) a imagem do enunciatador, ou o lugar que ele atribui a si mesmo; (2) a imagem do destinatário, do ponto de vista do enunciatador; (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.

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

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 *modos 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. A ideia de contrato pressupõe uma aproximação entre o leitor e o processo de produção do sentido, considerando a relação entre ele e o emissor. 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 diferencia, por exemplo, ao que aponta Umberto Eco sobre o Leitor Modelo (Eco, 1986). 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”, não havendo nada mais a ser observado, pelo analista do discurso, do que o texto e suas estratégias.

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.

Em resumo, Eliseo Verón destaca a existência de um *processo de produção de sentidos* que se dá no espaço de circulação entre a produção e a recepção.

O analista de discursos pode interessar-se ora pelas condições de produção de um discurso, ora pelas leituras que tiveram como objeto tal discurso, ou seja, pelos seus efeitos. Dizemos que ele se interessa, no primeiro caso, pela gramática de produção e, no segundo, por uma (ou várias) gramática(s) de reconhecimento. É claro que pode interessar-se pelas duas, ou seja, interessar-se na verdade, por um processo de circulação. (Verón, 1979, p. 51)

A observação das gramáticas de produção se dá por meio da análise textual. Já as gramáticas de reconhecimento poderiam ser observadas mediante pesquisas de recepção que buscassem verificar, junto aos telespectadores (e aos não-telespectadores) “o que se passa com os contratos propostos pelos suportes que fazem parte deste universo, qual a eficácia relativa de cada contrato, seus pontos fortes e fracos” (Verón, 1984, p. 234).

Atentar para esta dupla relação que se estabelece entre os produtos televisivos e o público sugere uma reavaliação inclusive na abordagem das pesquisas de recepção midiática já que “o fato de que dois indivíduos, hoje, leem o mesmo jornal ou a mesma revista, escutam o mesmo rádio ou veem regularmente o mesmo programa de televisão, diz-nos muito menos coisas sobre outros atributos desses dois indivíduos do que há vinte anos atrás” (Verón, 2009, p. 23).

O caminho para a elaboração de um projeto sem dúvida tão grandioso quanto desafiador implica em uma série de questões também de ordem prática. Por isso, este trabalho procura demonstrar o impacto da proposta teórico/metodológica de Eliseo Verón nos estudos de televisão no Brasil. Demonstra-se, no tópico a seguir, o percurso metodológico empreendido na tentativa de observar tal impacto.

3. Metodologia e corpus de análise

A ideia de contrato comunicativo postulada por Eliseo Verón é amplamente utilizada por pesquisadores brasileiros para a análise de produtos impressos, como jornais e revistas. No campo de estudos da televisão, porém, poucos autores relacionam o pensamento do autor. Para a análise proposta, optamos por relacionar pesquisas apresentadas nas últimas edições do *Congresso Nacional do Intercom*. O evento é 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 congressos⁴, compondo um grupo de estudos capaz de representar a produção acadêmica do país na área da comunicação.

4 Conforme informações do site da instituição: <http://www.portalintercom.org.br/>

Foram selecionados todos os trabalhos dos GTs *Telejornalismo e TV e Vídeo* apresentados entre 2009 e 2015 que incluem o autor entre as referências bibliográficas⁵. Onze artigos preencheram estes requisitos, sendo nove do GT *Telejornalismo* e dois do GT *TV e Vídeo*.

Quadro 1. Artigos que apresentam Eliseo Verón nas referências.

	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*	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		
9	Televisão e internet: as diferenças de conteúdo e de narrativa entre o fluxo e o arquivo na cobertura jornalística	Cristiane Finger & Rafael Silva	Telejornalismo	2015
10	O tom do gênero docudrama no programa jornalístico Tribunal na TV: um estudo da atuação cênica do apresentador	Lucas Bonesi Ferreira & Florentina das Neves Souza		
11	A bancada do Jornal Nacional já não é mais a mesma: reflexões acerca da mise-en-scène na apresentação	Heidy Vargas		

* 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.

5 Apesar da realização do evento há 38 anos, apenas em 2009 houve a separação de grupos de trabalho específicos de telejornalismo. Por isso a escolha deste ano como ponto de partida para a coleta dos artigos que fazem parte do corpus.

Os artigos selecionados não foram analisados quanto ao conteúdo específico de que tratam. Foram observados apenas conceitos e abordagens referentes 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, o tópico a seguir traz uma breve descrição dos trabalhos⁶ para, na sequência, discutirmos pontos de interesse e tendências observadas na análise.

4. Análise dos artigos

No trabalho apresentado em 2009, Juliana Gutmann apresenta o “eixo O-O”, criado pelo autor para explicar a relação “olho-no-olho” que se constrói a partir da linguagem dos telejornais como um efeito criado a partir do olhar fixo do apresentador televisivo para a câmera (Verón, 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 por meio 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 trabalho de Eliseo Verón sobre o processo de

6 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).

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

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), recorre-se à teoria da mediatização de Eliseo Verón. 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, utiliza o conceito de mediatização. A “vertente latino-americana” de discussões sobre o tema é apresentada, destacando que ela se fundamenta 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, o autor está interessado nas transformações estéticas e de produção de sentidos estabelecidas a partir da nova tecnologia. O trabalho não aprofunda 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.

O trabalho apresentado por Finger e Silva (2015) observa pontos de intersecção entre o conteúdo e a narrativa audiovisuais na televisão, caracterizada pelo fluxo, e a Internet, caracterizada pelo arquivo. Para tanto, empregam a conceituação de Eliseo Verón sobre o que é televisão: “ela é a articulação de um suporte tecnológico e uma prática social, mas pode ser mais”. Não há outras discussões que relacionem trabalhos do autor.

Ferreira e Souza analisam um programa de caráter policial exibido na TV entre 2010 e 2011, procurando relacionar a atuação do apresentador com características do docudrama. A referência a Eliseo Verón aparece a partir do trabalho de Gutmann (2009), autora já citada aqui e que integra o corpus da pesquisa. Por ser este um caso único, em que um autor cita outro que também compõe nosso corpus de análise, reproduz-se a observação do autor a seguir:

Juliana Freire Gutmann (2009), utilizando o espanhol Eliseo Verón (1998), explica que o autor coloca o jogo dos “olhos nos olhos” do profissional na televisão é a marca do discurso informativo na televisão e que marca a credibilidade do enunciado. É neste jogo do olhar que se estabelece a confiança do telespectador para com o mediador de determinado programa. No caso do Tribunal na TV em questão, além do olhar interperlativo do apresentador estar carregado de dramaticidade, é gerado a confiança de que as informações transmitidas por ele são reais, gerando maior “confiabilidade” nas dramatizações. (Ferreira & Souza, 2015)

Há ali a referência ao livro *La Semiosis Social*, mas a obra não chega a ser retomada pelos autores do artigo.

Por fim, o trabalho de Vargas (2015) discute as mudanças no visual e no estilo de apresentação do Jornal Nacional, da Rede Globo, que ocorreram a partir de 2015. O trabalho de Eliseo Verón sobre os apresentadores de TV (Verón, 1983) aparece no artigo e ajuda o autor a refletir sobre a função do cenário do telejornal na performance de apresentação.

Quadro 2. Bibliografia do autor utilizada nos trabalhos analisados

	Autor	Bibliografia Citada
1	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , nº 38, Paris: Le Seuil, 1983. <i>La semiosis social</i> . Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.
2	Jocélia da Silva Bortoli	<i>Fragments de um tecido</i> . São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
3	Cárlida Emerim	Esquema para el análisis de la mediatización. In: <i>Diálogos Felafac</i> , Lima, n.48. 1997. <i>La semiosis social</i> . Barcelona: Gedisa, 1996. <i>Construir el acontecimiento</i> . Barcelona, Espanha: Editorial Gedisa, 1995.
4	Cárlida Emerim & Antonio Brasil	<i>Construir el acontecimiento</i> . Barcelona: Gedisa, 1995.
5	Juliana Freire Gutmann	Il est là, je lê vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , nº 38, Paris: Le Seuil, 1983.
6	Rosane Martins de Jesus	<i>A Produção de Sentido</i> . São Paulo: Cultrix/Edusp, 1980. <i>Construir El Acontecimiento</i> . Buenos Aires -Argentina: Editorial Gedisa S.A, 1983.
7	Daniel Pedroso	<i>Fragments de um tecido</i> . São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004. <i>Esquema para el análisis de la mediatización</i> . In: <i>Diálogos Felafac</i> , Lima, n.48. 1997. La mediatización ayer y hoy. In Carlón M. & Fausto Neto, A. <i>Las políticas de los internautas: Nuevas formas de participación</i> . I. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
8	Carlos González Pérez	<i>La semiosis social: fragmento de una teoría de la discursividad</i> . Barcelona: Gedisa, 1998.
9	Cristiane Finger & Rafael Silva	<i>Los público entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento</i> , mimeo, Cursos da Arrábida 2001 "Públicos, Televisão" (trad. Natália Ferrante)
10	Lucas Bonesi Ferreira & Florentina das Neves Souza	<i>La semiosis social</i> . Barcelona: Editorial Gedisa, 1998.
11	Heidy Vargas	Il est là, j ele vois, il me parle. <i>Revue Communications</i> , Paris, n. 38, 1983.

5. Discussão e conclusões

O conjunto de trabalhos reunidos como corpus de análise para este artigo representa, sem dúvida, 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 também de formas diversas. Isto pode estar relacionado, em certa medida, pela diversidade que marca a obra de Eliseo Verón, em textos e reflexões 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 cinco trabalhos⁸ – a influência do primeiro livro do autor, *La Semiosis Sociale*, 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 desta obra do autor. Bortoli (2010), aponta os “modos de dizer” como uma categoria de análise para telejornais, mas não chega a explicar a origem ou os fundamentos deste conceito. Ferreira e Souza (2015) também não fazem nenhuma citação direta nem ao livro nem aos conceitos do autor. 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.

Os trabalhos apresentados por Bortoli (2010) e Emerim (2010), aliás, são os únicos 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 analisados 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), programas eleitorais de televisão (Verón, 2003) e realities show (Verón, 2009). Apenas Gutmann, 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.

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

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, com potencial para ajudar na compreensão dos modos de funcionamento do discurso telejornalístico. Duas experiências de pesquisa podem ser utilizadas para exemplificar esta potencialidade.

O trabalho de Antônio Fausto Neto, que acompanhou boa parte da trajetória de Eliseo Verón no Brasil, é o mais emblemático. O autor considera, com base no conceito de contrato comunicativo, que o discurso jornalístico “arruma” o receptor em uma posição conveniente, do ponto de vista do emissor, para a leitura dos textos (Fausto Neto, 1991). Esse pressuposto é empregado pelo autor em análises de produtos televisivos, especificamente os telejornais, cujo foco de interesse se mantém no modo de construção e funcionamento dos contratos de leitura, “especialmente as maneiras de construir o campo da recepção” (Fausto Neto, 1995, p. 9). Em outras palavras, a investigação tenta apontar como os telespectadores são “capturados” pelo texto televisivo, especialmente a partir de operações que tentam “torná-los imaginariamente presentes no interior do próprio telejornal” (Fausto Neto, 1995, p.12). O autor identificou algumas operações enunciativas utilizadas pelos telejornais para construir o contrato de leitura e, assim, estabelecer o vínculo com o telespectador, na medida em que as marcas linguísticas, observadas nos textos televisivos, “tratam de instituir e fazer funcionar os vínculos entre emissão e recepção, além da instauração do fluxo e dos lugares nos quais um e outro são colocados” (Fausto Neto, 1995, p. 48).

Em uma experiência de pesquisa mais recente, Cavenaghi (2013) testou um percurso metodológico de análise baseado nas “gramáticas de produção” e no contrato comunicativo proposto por Verón. Essa experiência metodológica permitiu a compreensão das regras de cada contrato e seus modos de funcionamento no interior dos programas jornalísticos, ou seja, “o desvelamento das “cláusulas” que o telejornal oferece à aceitação ou à recusa do telespectador” (Cavenaghi, 2013, p. 136).

O estudo dos programas televisivos e telejornalísticos tem avançado, no Brasil, assim como algumas metodologias têm sido empregadas, testadas e aperfeiçoadas (Duarte, 2004; Becker, 2005; Gomes, 2011). Mesmo assim, como destaca Gomes, “a importância que a televisão assume no Brasil ainda não produziu, como resultado, o desenvolvimento de métodos de análise adequados de seus produtos” (Gomes, 2011, p. 17). A compreensão dos modos de relacionamento que se estabelecem entre os programas e seus telespectadores pode fornecer subsídios para o aperfeiçoamento do telejornalismo, tanto do ponto de vista da prática mercadológica quanto da teoria que busca refletir sobre essa prática social. Porém, este é ainda um desafio metodológico a ser superado nas pesquisas brasileiras.

Referências bibliográficas

- Mattelart, A. & Mattelart, M. (2012). *História das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Becker, B. (2005). *A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Bortoli, J. da S. (2010). Estudo Empírico e Construção Metodológica para Desvendar o Caso Isabella nos Telejornais. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 33, Anais. Caxias do Sul.
- Cavenaghi, B. (2013). *Telejornalismo local: estratégias discursivas e a configuração do telespectador*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina. Dissertação de Mestrado em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.
- Duarte, E. B. (2004). *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina.
- Eco, U. (1986). *Lector in fábula*. São Paulo: Perspectiva.
- Emerim, C. (2010). O texto na reportagem de televisão. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 33, Anais. Caxias do Sul.
- Emerim, C. & Brasil, A. (2011). Coberturas em Telejornalismo. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 34, Anais. Recife.
- Fausto Neto, A. (1991). *Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo.
- Fausto Neto, A. (1995). *Impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim.
- Fausto Neto, A.; Rocha, S.; Alli, F.; Bozzetto, L. Isais, L. S. & Vallejos, M. (2010). (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.
- Ferreira, L. B. & Souza, F. das N. (2015). O tom do gênero docudrama no programa jornalístico Tribunal na TV: um estudo da atuação cênica do apresentador. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Finger, C. & Silva, R. (2015). Televisão e internet: as diferenças de conteúdo e de narrativa entre o fluxo e o arquivo na cobertura jornalística. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Gomes, I.M.M. (2011). *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA.
- Gutmann, J.F. (2009). Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 32, Anais. Curitiba.
- Gutmann, J.F. (2012). O que dizem os enquadramentos de câmera no telejornal de rede brasileiro? En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 35, Anais. Fortaleza.

- Jesus, R.M. de. (2013). Posicionamento telejornalístico: o Jornal Nacional e o dilema entre a cobertura da Copa das Confederações e a cobertura das manifestações populares. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 36, Anais. Manaus.
- Pedroso, D. (2014). A influência dos processos de midiatização 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. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 37, Anais. Foz do Iguaçu.
- Pérez, C.G. (2014). Propuesta de abordaje semiótico de la televisión digital: Significaciones y sentidos en torno a la problemática actual de Jujuy (Argentina). En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 37, Anais. Foz do Iguaçu.
- Vargas, H. (2015). A bancada do Jornal Nacional já não é mais a mesma: reflexões acerca da mise-en-scène na apresentação. En *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 38, Anais. Rio de Janeiro.
- Verón, E. (1979). Dicionário das ideias não-feitas. En. Verón, E. *Fragmentos de um tecido*. (pp. 49-75). São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (1980). *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix.
- Verón, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle. En *Communications*, 38, 1983. Recuperado de <http://bit.ly/2eS8syD>.
- Verón, E. (1984). Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. En Verón, E. *Fragmentos de um tecido*. (pp. 215-238). São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (1989). Espaces énonciatifs du journal télévisé, un retour de l'énoncé? Journées d'Etudes sur l'information télévisée. *Bulletin du Certeic*, 10, pp. 67-72. Paris.
- Verón, E. (2003). Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais. En Verón, E. & Fausto Neto, A. *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos.
- Verón, E. (2009). Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. *ECO-Pós*, 12(1), pp. 11-26.