

Subjetividade e gêneros televisivos: a criação de efeitos patêmicos no gênero *talk-show*

Maíra Avelar Miranda

PUC Minas/ Université de Genève/ CAPES

Resumo: Nesse trabalho, pretendemos contextualizar o gênero *talk-show* numa tipologia de gêneros televisivos, tentando demonstrar a relação entre o gênero estudado e uma relação social de reconhecimento dele. Para tanto, analisaremos os dispositivos gerais de encenação (*mise en scène*) discursiva dos *talk-shows*, analisando especificamente o funcionamento do contrato de comunicação midiático no gênero em questão e os desdobramentos gerados pela tensão entre credibilidade e captação inerente a tal contrato, bem como a tensão entre realidade e ficção, própria do gênero *talk-show*. Por fim, analisaremos o funcionamento das categorias teóricas propostas no *talk-show* “Casos de família”, procurando demonstrar como as tensões aqui apontadas acabam por criar um mito de democracia moderna em torno do *talk-show*.

Palavras-chave: Encenação discursiva; contrato de comunicação; *talk-show*

Abstract: In this work, we intend to contextualize the genre *talk-show* in a typology of televisive genres. We will try to demonstrate the relation between the genre studied here and a social relation of its recognition. In order to do this, we will analyze the *talk-show*'s general devices of discursive staging (*mise en scène*), analyzing more specifically the mediatic communicational contract operation in the referred genre how the tension between credibility and audience capture, inherent to the communicational contract, unfolds, as well as the tension between reality and fiction, characteristic of the genre *talk-show*. Finally, we will analyze the operation of the proposed theoretical categories in the Brazilian *talk-show* “Casos de Família (Family Stories), trying to demonstrate how the tensions pointed here create a legend of the modern democracy around the *talk-show*.

Key words: Discursive staging; contract of communication; *talk-show*

1. O GÊNERO *TALK-SHOW* NO CONTEXTO DE UMA TIPOLOGIA DOS GÊNEROS MIDIÁTICOS

O primeiro passo que daremos na análise do gênero *talk-show* é contextualizá-lo numa classificação dos gêneros televisivos. Charaudeau (2006) propõe a seguinte tipologia:

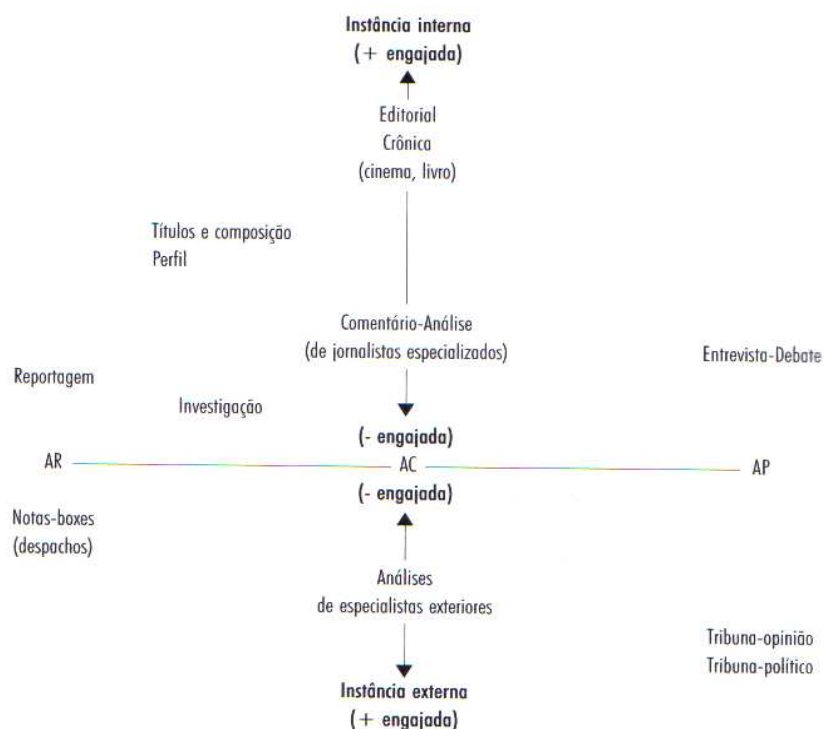


Fig 1: Tipologia dos gêneros televisivos

No eixo horizontal da tipologia, situam-se os modos discursivos em três grandes zonas: numa extremidade, o “acontecimento relatado” (AR), zona na qual se impõe o acontecimento exterior; na extremidade oposta, o “acontecimento provocado” (AP), zona na qual se impõe o mundo midiático; entre as duas, o “acontecimento comentado” (AC), que pode abarcar os dois extremos. O eixo vertical, por sua vez, diz respeito ao grau de engajamento (+/-) da instância de enunciação nas zonas de instanciação do discurso midiático. Assim, o grau de engajamento está relacionado ao maior ou menor grau de manifestação das opiniões e apreciações do enunciador ou mesmo à maneira como ele encena o acontecimento (como nas entrevistas ou debates).

Como podemos observar, o gênero *talk-show* está localizado no eixo do “acontecimento provocado”, devido ao fato de que, nesse eixo, a instância midiática cria um espaço de confrontação de fala, organizado de tal forma que é a própria confrontação –e não necessariamente o tema discutido –que se torna saliente. Essa confrontação é exibida como um espetáculo que mobiliza emoções no telespectador. Assim: “A posição do gênero *entrevista-debate* se justifica pelo fato de que é a instância midiática que monta todas as peças do acontecimento pela exibição espetacular da

palavra, mesmo quando essa instância deve obrigatoriamente fazer o jogo da transparência” (CHARAUDEAU, 2006, p. 210).

É importante salientar que os gêneros televisivos se inscrevem numa relação social de reconhecimento, trazendo uma configuração que é própria ao contexto sócio-cultural em que se inserem. Por essa razão, podem então, variar de um contexto a outro e de uma época a outra.

2. O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO MUDIÁTICO

A relação social de reconhecimento da qual falamos está relacionada, entre outras coisas, à situação de comunicação em que os indivíduos estão inseridos. Sendo assim,

Todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. A situação de comunicação constitui assim o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação. (CHARAUDEAU, 2006, p.61)

A comunicação resulta, então, de uma relação dialética entre um quadro de restrições situacionais e discursivas, por um lado e um desdobramento do sujeito num espaço de estratégias que confere liberdade ao ato de linguagem, por outro. Para que a comunicação possa efetivamente funcionar, é necessário que os parceiros da troca linguageira reconheçam como válidas as restrições e liberdade decorrentes da situação comunicativa. Assim, os parceiros da troca linguageira (pertencentes ao circuito externo da comunicação) precisam estar ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados de um determinado quadro de referência, devendo subscrever-se, “antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento das condições da realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um *contrato de comunicação*. Este resulta das características próprias à situação de troca, os *dados externos*, e das características discursivas decorrentes, os *dados internos*”. [grifos do autor.] (CHARAUDEAU, 2006, p. 68)

Para que se estabeleça o contrato, é necessário que haja uma espécie de acordo prévio entre os parceiros da troca linguageira. Sendo assim, é necessário que haja quatro princípios, indissociáveis uns dos outros:

1. o princípio de alteridade, que funda a existência dos dois sujeitos da comunicação (locutor e interlocutor), que estabelecem uma interlocução recíproca e não simétrica;
2. o princípio de influência, que funda a existência de um objetivo comunicativo fundado por parte do sujeito produtor do ato de linguagem e que define a finalidade do ato de comunicação;
3. o princípio de pertinência, que funda o universo de discurso que constitui o objeto de troca que os sujeitos devem reconhecer e compartilhar (sendo que compartilhar não significa necessariamente aderir ou estar de acordo, mas reconhecer como algo comum dentro do ato de comunicação);
4. o princípio de regulação, que estabiliza a relação entre os parceiros e distribui os papéis desempenhados por eles, de forma que cada um deles se encontre independente do outro.

Ao tratar especificamente do contrato de comunicação midiático, Charaudeau aponta uma tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma delas, a uma lógica particular: uma visada de “fazer saber”, ou visada de informação, que obedece a uma lógica cidadã de informar e uma visada de “fazer sentir”, ou visada de captação, que obedece a uma lógica comercial de produção de um objeto de consumo, com vistas a captar as massas para sobreviver à concorrência. A visada de informação está relacionada à credibilidade e aos saberes de conhecimento, enquanto a visada de captação está relacionada aos saberes de crença. A visada de credibilidade é fundamental para que o telespectador valide o contrato de comunicação do *talk-show*: é necessário que os fatos expostos nesse gênero televisivo tenham uma correspondência verdadeira no mundo e sejam reportados com seriedade numa cena de significação credível. No entanto, nos *talk-shows*, há uma sobreposição da visada de captação ocorrendo, então, a diluição das fronteiras entre a informação e a ficção; entre o real projetado e a sua encenação dramatizada.

3. O DISPOSITIVO GERAL DE FUNCIONAMENTO DOS *TALK-SHOWS*

O *talk-show*, como se sabe, reúne uma série de convidados em torno de um apresentador/animador para tratar de um determinado tema, sendo completamente organizado e gerenciado pela instância midiática. Como vimos, ele está situado na parte superior (instância interna) direita (acontecimento provocado) dos eixos de tipologização dos gêneros midiáticos. Vejamos, então, o papel desempenhado por cada uma das instâncias compõem o dispositivo do gênero *talk-show*. A primeira questão que abordaremos, diz respeito à escolha do tema, pois tal escolha determina o funcionamento das instâncias do *talk-show*.

De maneira geral, a escolha do tema determina, ao mesmo tempo, o tipo de público que pode ser atraído por um determinado programa televisivo a natureza e o papel dos convidados, assim como o modo de gestão do apresentador/animador. No caso do *talk-show*, há uma interpenetração entre espaço público e espaço privado. Pelo fato de o *talk-show* ser televisionado, os participantes debatem entre si, sabendo, de forma mais ou menos consciente, que são ouvidos e olhados por um *tiers*-ausente, o telespectador. Do ponto de vista visual, a encenação se faz num cenário montado, o estúdio, sendo que há uma instância de mediação-transmissão, a produção, que realiza a exibição do programa televisivo com o auxílio de diferentes meios técnicos audiovisuais. Essa instância pode lançar mão de variantes de encenação visual que dizem respeito à disposição espacial do apresentador/animador, do público e da plateia no espaço cênico do estúdio.

Quanto aos convidados, eles são convocados por estarem numa relação de identidade com o tema tratado. No contexto das trocas languageiras instauradas pelo *talk-show*, espera-se que os convidados respondam às perguntas propostas pelo apresentador/animador (ou eventualmente às da plateia), que reajam às diferentes intervenções produzidas durante o encontro, seja contra, o que os colocará em relações simétricas de oposição aos demais convidados, seja a favor, o que os colocará em relações complementares de aliança com os demais convidados. Assim, o que eles disserem não será visto sob o prisma individual daquilo que eles pensam, mas sim sob o prisma do efeito produzido sobre os outros. A opinião, portanto, não é julgada por seu conteúdo, mas pelo valor relacional de dissenso ou de consenso.

Apesar de criarem um discurso abstrato de senso-comum, os convidados encontram-se plenamente implicados como sujeitos comunicantes, que se projetam como enunciadores e sujeitos de suas próprias vidas. A partir desses relatos, que aproximam o convidado do telespectador, a mídia televisiva tenta criar uma ilusão de

abolição das fronteiras entre o dentro e o fora da tela. Outros mecanismos também são utilizados para levar a cabo essa tentativa. Um deles é o uso de planos frontais, que criam a ilusão de “olhos nos olhos”. Outro, diz respeito aos apelos à interação, que solicita as intervenções do cidadão comum presente na plateia, por meio de perguntas. Dessa forma, a plateia funciona como um *alter-ego* do telespectador, dando voz às supostas opiniões e apreciações deste.

Quanto ao apresentador/animador, ele representa a instância midiática e desempenha o papel de “gestor da palavra”. No caso dos *talk-shows*, o apresentador, obedecendo à lógica de sobreposição da visada de captação à visada de informação, acaba por desenvolver um quadro de questionamento oposto à representação idealizada do questionamento que ajudaria o cidadão a melhor compreender os fenômenos sociais, pois o apresentador está mais voltado para a criação de uma cena polêmica ou ultra-intimista e dramatizante, que preencha uma função de catarse social, e não de conhecimento dos temas tratados.

Tendo em vista a questão do telespectador, a televisão funciona como um espaço de fusão e de identificação: “A nova palavra de ordem da televisão é: ‘identifico-me com o meu próximo porque posso estar em seu lugar’. Enquanto o modelo que prevalecia até então era: ‘identifico-me com meu herói porque queria me assemelhar a ele’” (CHARAUDEAU; GHIGLIONE, 1997, p. 20). O telespectador, então, identifica-se com seu “duplo catódico”, pois cada um pode ser o herói de sua própria vida. Ambicionando esconjurar a desordem social, a televisão amalgama o real e a mistificação, buscando autenticar os acontecimentos e promovendo, em última instância, uma implicação bem-sucedida do telespectador e um acréscimo considerável de audiência.

3.1 O autenticante, o fictício e o lúdico

Essa busca pela autenticação, somada à busca pela audiência, remete-nos à questão da tensão entre credibilidade e captação que, como vimos, são próprias do contrato de comunicação midiático. No entanto, a questão do autêntico também coloca uma questão que se revela importante: a da fronteira entre o real e a ficção. Segundo Jost (2001), podemos agrupar as emissões televisivas em três modos: o autenticante, o fictício e o lúdico.

O primeiro modo agrupa as emissões que nos fornecem “asserções verdadeiras sobre o nosso mundo”, dando-nos informações sobre ele “e que marcam, em última instância, um exercício de prova” (JOST, 1997, p. 19). Podemos agrupar nesse modo os telejornais, as reportagens, mas também as transmissões ao vivo, pois essas têm a pretensão de atestar a realidade de um evento. O segundo modo não tem nenhuma relação direta com a verdade, pois remete à criação de um mundo possível. No entanto, é necessário que haja uma coerência do mundo criado com os postulados que o fundam. A isto chamamos verossimilhança. Nesse grupo, temos emissões como os filmes e as novelas. O terceiro modo, em seu turno, constitui uma categoria que está entre os dois extremos: tal como o modo autêntico, o modo lúdico supõe um compromisso com a verdade, mas, tal como no modo fictício, a coerência é avaliada em termos de respeito às regras do jogo. Inclusive, podemos ter “um deslizamento rápido do autêntico ao faz-de-conta”.

Jost (2001: 20) propõe o seguinte agrupamento dos gêneros televisivos:

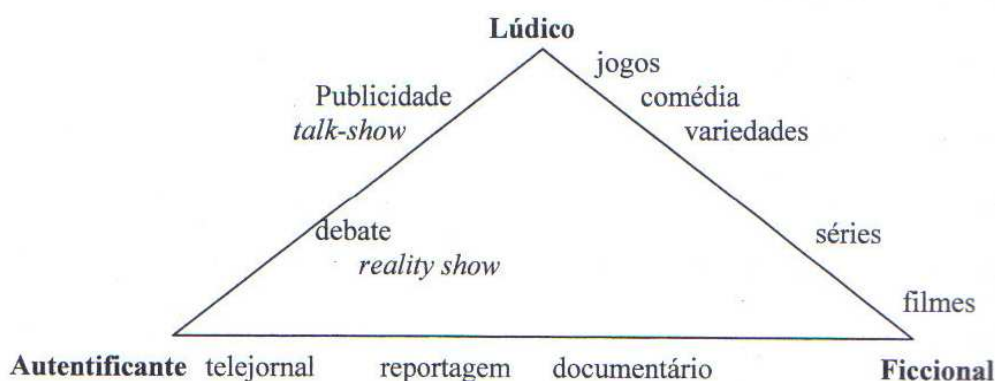


Fig 2: Agrupamento dos gêneros televisivos

Como podemos observar, os *talk-shows* encontram-se enquadrados entre a categoria do autêntico e do lúdico. Isso significa que esse gênero oscila entre o compromisso com a verdade, ao mesmo tempo em que cria suas próprias regras do jogo. Dessa forma, o *talk-show* pretende-se verdadeiro, na medida em que convida pessoas comuns a darem depoimentos reais sobre o vivido. No entanto, acreditamos que, na medida em que esse vivido tem como ancoragem principal o relato dos convidados, baseado numa reconstrução dos fatos pela memória, há uma ficcionalização do fato, que passa a ser mimetizado e simulado pela narração.

3.2. Os efeitos de real, de ficção e de patemização

No âmbito da AD, podemos analisar a questão das fronteiras e interpenetrações entre real e ficção tomando como base três categorias: os efeitos de real, de ficção e de patemização. Basear-nos-emos nas definições de Silva (2005) para definirmos essas categorias.

Ao tratar do efeito de real, Silva, citando Machado afirma que “o efeito de realidade resulta de uma convergência de índices que tendem a construir uma visão objetiva do mundo, sendo que essa visão deve fazer parte de um consenso social”. Dessa forma, o efeito de real está relacionado ao objetivo de credibilidade do contrato de comunicação midiático. No caso dos *talk-shows*, o efeito de real provém do fato dos convidados retratarem, por meio de testemunhos, fatos da realidade que ocorreram com eles. Por não se tratar de uma voz de autoridade, o testemunho cria, simultaneamente, um efeito de real e um efeito de patemização, uma vez que coloca em evidência o universo de crenças e valores representados nas falas das testemunhas. No tocante à questão da experiência, vimos acima que os *talk-shows* operam numa lógica da identificação do telespectador com seu “duplo catódico”. Por essa razão, quanto mais se aproximam do universo vivido pelo telespectador, mais as experiências relatadas são tidas como verdadeiras e dignas de credibilidade. Assim, o critério de verdade se dá por uma relação de coerência entre o discurso relatado e o conhecimento experiencial daquele que escuta o relato.

Passemos agora à definição do efeito de ficção. “O efeito de ficção responde ao desejo humano de poder vivenciar (ou se transportar) para uma história que tenha começo e fim, em outros termos: poder sentir através da ficção, a existência de um eu-unificado” (MACHADO *apud* SILVA, 2005, p.57). Ao reconstruir um fato a partir da recordação ou da experenciação no presente de determinados fatos, o convidado distancia o telespectador da realidade, aproximando-o de um universo ficcional. Além disso, ao realizar a reconstrução da realidade por meio da narrativa, os enunciadores do relato no *talk-show* apresentam-se de forma arquetípica como heróis, vilões, vítimas, etc, promovendo uma ficcionalização do real e inserindo seu discurso no universo aristotélico da verossimilhança.

Por último, passaremos à definição dos efeitos de patemização. Charaudeau (2000) considera a patemização na televisão como um mecanismo de socialização da intimidade:

“A vida privada invade a representação do espaço público, e o princípio de pertinência está aqui ainda mais ligado ao princípio de influência e à finalidade de captação, do que à finalidade de informar. A instância midiática seleciona formas de dizer que evidenciam o particular, tornando-o de interesse público” (SILVA, 2005, p.57).

As verdades construídas por tais efeitos não são verdades universais: estão ancoradas no universo de crenças e na mobilização de emoções construídas no discurso, com vistas a atingir o telespectador. As crenças e as apreciações feitas sobre os relatos funcionam como reguladoras das práticas sociais, contribuindo para validar ou não normas efetivas de comportamento, por meio da avaliação dos comportamentos projetados no discurso. Isso contribui para a formação de normas ideais sobre o que se deve ou não fazer; sobre o que é o bom e o que é o mau.

4. ANÁLISE DOS DISPOSITIVOS GERAIS DE ENCENAÇÃO DISCURSIVA NO *TALK-SHOW* “CASOS DE FAMÍLIA”

A fim de ilustrar a aplicação das categorias que compõem o dispositivo geral de encenação discursiva dos *talk-shows*, escolhemos o programa “Casos de família”, que é exibido pelo canal SBT por volta das 17 horas e tem a duração de uma hora. Cada emissão possui três blocos e conta com a participação de seis a oito convidados, além da plateia. O programa, conforme entrevista concedida a nós por um dos produtores, é vice-líder de audiência. Ele tenta se diferenciar dos demais *talk-shows* do mesmo estilo, pelo fato de a manifestação das emoções ocorrer de forma mais sutil, como informado pelo próprio *site* do programa: “Diariamente, o programa traz temas do cotidiano que vão ressaltar as emoções dos participantes presentes no palco, da plateia convidada e dos telespectadores que estão em casa, resgatando valores sem apelar para provocações ou escândalos”. No entanto, podemos perceber que o objetivo de mobilizar as emoções é bastante explícito. Assim, vemos em “Casos de família”, a conjugação das visadas de credibilidade e de captação, sendo que a segunda prevalece sobre a primeira.

Passemos agora à análise da disposição, no estúdio, do conjunto dos participantes. “Casos de família” apresenta um estúdio dividido em duas partes: uma delas é a cena ocupada pelos convidados que vão participar no debate, a outra, à sua frente, é ocupada pelo público, na frente do qual se encontra a apresentadora. Os convidados são dispostos em semicírculo. “Essa disposição produz um efeito de

‘parceria’ na procura comum de uma verdade e aumenta a imagem de seriedade da instância midiática” (CHARAUDEAU; GHIGLIONE, 1997, p. 62). Os convidados ficam em frente ao público, o qual está disposto em degraus, em posição descendente em relação à cena, simulando uma ágora grega. Essa simulação já deixa clara a intenção de se criar o debate e o embate entre os participantes e entre esses e a plateia.

No tocante aos temas abordados no programa, “os assuntos retratados referem-se basicamente a duas problemáticas: família e comportamento social” (FRANCISCO, 2007, p.15). A fim de ilustrar a questão das temáticas, tomemos como exemplo duas emissões: “Meu trabalho é ser mãe” e “Virei prostituta por falta de opção”. A primeira traz o relato de histórias de mulheres que adotaram vários filhos ou que dirigem creches, trazendo à tona um estereótipo de mulher extremamente valorizado pela sociedade: a Mãe. Já a segunda traz histórias de mulheres que se prostituem. Assim, o programa traz á tona um estereótipo de mulher extremamente desvalorizado pela sociedade: a “Putá”. Além disso, a escolha do primeiro tema já induz a criação do consenso e da intimidade enquanto o segundo já induz à criação do dissenso e da oposição. No caso dessas emissões, eles se encaixam em ambas as problemáticas apontadas por Francisco.

Quanto aos convidados, percebe-se que eles fazem uso da linguagem coloquial e parecem ser bastante espontâneos ao expor os seus conflitos e o seu ponto de vista, dando depoimentos de sua vida íntima e de aspectos familiares e comportamentais pertencentes, não só à esfera familiar, mas também à esfera íntima. Eles são apresentados de acordo com o papel que desempenham no tema que será debatido: são contra ou a favor, defensores ou acusadores, adversários ou aliados. São, portanto, apresentados como arquétipos de ação ou de opinião.

Em “Casos de família”, os diálogos entre os convidados e as demais instâncias (apresentadora e plateia) costumam apresentar uma alternância regular, com poucas iniciativas autônomas, por parte dos convidados, para tomarem a palavra. Geralmente, eles esperam ser solicitados para falar e geralmente esperam que o outro acabe de falar para falar por sua vez, ocorrendo poucos atropelos e interrupções, que resultam geralmente do fato de os convidados quererem se defender. Mas, de maneira geral, os convidados adotam uma atitude de esperar para poder falar.

Quem é responsável por essa distribuição orquestrada dos turnos de fala é a apresentadora. Nos debates, ela está muito presente mas distante; não implicada, tendo o controle do tratamento do tema e da distribuição dos turnos de fala, e não usando nunca a ironia nem a provocação declarada. Geralmente, ela se mostra preocupada com a

clareza e o acompanhamento progressivo de debate, estando sempre de frente para os seus interlocutores. É importante perceber como a apresentadora constrói credibilidade e legitimidade: ao conduzir as discussões, ela constrói um ethos de imparcialidade e credibilidade, que é reforçado pelo fato de ela ser apresentada como jornalista pelo site do programa.

No tocante aos membros da platéia, eles são, segundo Francisco (2007), predominantemente mulheres e, assim como os convidados, utilizam a linguagem coloquial. A plateia interage com os convidados ao fim de cada bloco, fazendo perguntas ou dando alguma opinião sobre o caso apresentado. O cenário do programa em forma de arena faz com que o espaço reservado à plateia seja grande. Como afirmamos anteriormente, a plateia funciona como um *alter-ego* do telespectador, dando voz às suas opiniões e apreciações sobre o discurso relatado das convidadas. Apesar de a plateia ter o direito de fazer apenas perguntas, frequentemente percebemos, modalizada em forma de pergunta, uma tomada de posição contra ou a favor aos depoimentos dados pelos convidados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os *talk-shows* revelam-se como um mito da realização da democracia. Ao realizar um debate num espaço que simula a ágora ateniense, “Casos de família” promove uma realização espetacular desse mito. Em relação ao funcionamento do dispositivo de encenação discursiva, vimos que o *talk-show* se apresenta como um espetáculo de palavras inscritas num palco, para o qual são atraídos convidados que, na verdade, são pessoas anônimas que expõem, no espaço público, relatos de sua vida íntima e particular. Apesar de anônimos, os convidados são mostrados como tendo uma palavra autorizada, podendo transcender o seu estatuto de pessoa para aceder, por outro lado, ao estatuto de personagem. No entanto, convém ressaltar que, conforme apontado por Charaudeau (2006), a narrativa midiática, especialmente no caso dos *talk-shows*, encontra-se numa tensão entre realidade e ficção.

Com efeito, o *talk-show* centra-se numa realidade que é, em graus variados, ficcional, organizando-se em torno de fatos sociais e de protagonistas que apresentam pontos de vista convergentes ou divergentes dos valores veiculados pela sociedade, validados ou não pelo debate instaurado. Assim, “o *talk-show* promove uma aparente apropriação, pelo cidadão comum, do utensílio televisão como lugar de encenação da

sua individualidade e, desse modo, como lugar de legitimação do senso-comum” (CHARAUDEAU, GHIGLIONE, 1997, p.146).

Em conclusão, apesar de constituírem diferentes possibilidades de estratégias discursivas, os efeitos de real, de ficção e de patemização são elementos constitutivos dos *talk-shows*, uma vez que a busca por esses três efeitos reforça aspectos basilares desse gênero televisivo: para transmitir credibilidade ao telespectador, é necessário que o relato corresponda ao mundo real/empírico vivido pelo telespectador. Entretanto, ao construírem a realidade por meio do relato e ao se projetarem discursivamente de forma arquetípica, os enunciadores se valem de efeitos de ficção, que acabam gerando também efeitos de patemização, pois os arquétipos projetados, o discurso e os próprios fatos relatados se inserem num universo de crença, buscando formar opinião e atuar como reguladores de comportamento e das normas sociais, por meio do suscitamento de emoções. Portanto, os efeitos de real, de ficção e de patemização acabam por instaurar uma dialética entre realidade e ficção, verdade e crença, informação e emoção nos *talk-shows*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, P. *Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social*. Paris: Nathan-INA, 1997.

_____. *O discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, P.; GHIGLIONE, R. *A palavra confiscada*. Um gênero televisivo: o talk-show. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

FRANCISCO, M. *Hibridismo e “Casos de Família”*. Estudo sobre gênero e qualidade na televisão. 2007. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) Universidade Federal de Viçosa, Viçosa.

SILVA, G. *A informação televisiva: uma encenação da realidade*. (Comparação entre telejornais franceses e brasileiros). 2005. Tese (Doutorado em Letras). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.