

“Isso aqui é seu!”

Modos de endereçamento e processos de interação encarnados na cultura

Priscila Martins Dionízio*

Resumo

Neste artigo, faz-se uma primeira aproximação com o quadro “Isso aqui é seu!”, exibido pelo programa Fantástico de janeiro a março de 2009. Para tanto, trabalhamos com o conceito de modos de endereçamento, buscando, dentro e para além do artefato, as estratégias de comunicabilidade que foram usadas, as escolhas para perfilar o tema, as propostas de engajamento e o desenvolvimento do estilo e das especificidades do quadro. Inicialmente, passamos pela construção da visada comunicacional nos Estudos Culturais, para, então, pensar o diálogo firmado entre produções midiáticas e a vida social.

Palavras-chave: *Modos de endereçamento. Práticas culturais. Interação.*

*Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociabilidade Contemporânea da UFMG.
E-mail: primartinsmr@yahoo.com.br

Da abordagem e da construção do olhar

A centralidade conferida ao conceito de cultura em meados do século XX marca significativamente os estudos em comunicação. O entendimento dos processos culturais como permeando toda a vida social permite a investida de visadas mais complexas às coisas e fenômenos do mundo e a cultura passa a ser o operador cognitivo e semântico por meio do qual se quer compreender e dar a ver questões políticas, econômicas e sociais.

No intuito de compreender as relações existentes entre cultura e sociedade, Williams (1996) propõe pensar a cultura como um *modo integral de vida*. O autor revisita pressupostos centrais da teoria marxista, conferindo uma articulação imbricada e dinâmica à estrutura e superestrutura, problematizando até mesmo as interpretações que se fizeram dos princípios marxianos. Para o autor, a cultura não é, pois, reflexo da vida material; há entre essas duas esferas uma relação constitutiva. Dessa maneira, a cultura passa a ser entendida como da ordem da produção de sentido e a comunicação assume lugar importante nesse processo de desenvolvimento e cristalização de sentidos e valores.

Se os estudos em comunicação até a década de 1940 eram mais fortemente marcados pela lógica transmissiva – numa perspectiva administrativa, na qual se pensavam os efeitos de determinadas mensagens sobre as audiências, as estratégias de eficácia e a formação da opinião pública –, com a virada para o cultural, a lógica transmissiva não seria mais capaz de explicar as relações existentes entre a comunicação e a tessitura da vida social. Nesse contexto, começaram a delinear-se as perspectivas dos Estudos Culturais:

[...] para os Estudos Culturais, entender a cultura, o modo como ela se organiza nas sociedades contemporâneas, implica entender como se dão os processos comunicativos. A cultura, aqui, deixa de ser um sistema simbólico ordenado, com valores morais e instituições constituídas, e passa a ser compreendida como ocorrência dinâmica em processos comunicativos e sistemas de significação. Os objetos que circulam entre os sujeitos humanos são entidades construídas no âmbito da prática cultural e só neste âmbito adquirem valor. (GOMES, 2004, p. 103)

Concebendo-se que os objetos ou artefatos (mediáticos) que circulam entre os sujeitos somente adquirem sentido e valor nas práticas culturais, a lógica transmissiva não mais opera, tampouco o conceito de massa ou de sociedade de massas. Para Williams (1969, p. 312-313),

massa seria um conceito equivocadamente heurístico e falho, que obscurece a análise mais complexa:

A idéia de ‘comunicação de massa’ parece depender muito mais da intenção do orador ou do escritor do que da particular técnica empregada. [...] Dizer que as pessoas são massa decorre não da incapacidade de conhecê-las, mas do fato de interpretá-las segundo uma fórmula.

Williams quer nos fazer ver que entre artefatos e pessoas há relações de ordem econômica e social dominantes, sedimentadas no terreno da cultura. Ao mesmo tempo, é também na cultura que grupos subordinados resistem e relações de força se desenvolvem. Para compreender, pois, as relações entre cultura e sociedade, os Estudos Culturais não se firmam como campo disciplinar de construção de conhecimento; constituem-se, sobretudo, pelas diversas interfaces que estabelecem com outras áreas das ciências humanas.

Os pontos de ruptura dos Estudos Culturais com as abordagens da comunicação de massa seriam quatro, de acordo com Hall (*apud* GOMES, 2004): a rejeição da cultura de massa como fenômeno indiferenciado para, então, entender os *media* como propagadores das representações ideológicas dominantes; o rompimento com a perspectiva behaviorista de *estímulo-resposta*; a não-aceitação da idéia de que os textos midiáticos seriam portadores de um sentido transparente; e o rompimento da concepção de audiência passiva.

A articulação desses quatro pontos foi eixo de um dos textos paradigmáticos dos Estudos Culturais, o *Codificação: decodificação*, de Hall (2003). Nesse texto, o autor alia à perspectiva social uma perspectiva semiótica, localizando a comunicação no terreno da cultura e da linguagem. Dessa maneira, reconhece a importância da forma discursiva da mensagem (seu sentido preferencial) e, ao mesmo tempo, valoriza o sujeito histórico, atuante, que, por meio de suas práticas e experiências, é capaz de resignificar e resistir às mensagens. Nessa direção, o autor destaca que os momentos de produção da mensagem (codificação) e recepção (decodificação) são complexas estruturas *de* relações e *em* relação – tais momentos seriam produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução. A codificação e a decodificação se realizariam, assim, a partir de lugares sociais e universos culturais diferentes, contudo, articulados entre si. A distinção de universos permitiu, pois, conceber a possibilidade de assimetrias e leituras divergentes do sentido preferencial

da mensagem, leituras que Hall (2003, p. 388) caracterizou como hegemônica, negociada e de oposição.

Os aparatos, relações e práticas de produção, aparecem, assim, num certo momento (o momento da ‘produção/circulação’), sob a forma de veículos simbólicos constituídos dentro das regras de ‘linguagem’. É nessa forma discursiva que a circulação do ‘produto’ se realiza. [...] Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito.

No circuito em que se localizam os processos de codificação e decodificação, o sentido existe para além da forma discursiva, estando encarnado, também, nas práticas culturais. A articulação entre as esferas de produção e consumo é aprimorada por Hall (1997) na formulação do *circuito da cultura*, no qual a cultura é entendida como lugar de compartilhamento de sentidos e a linguagem é meio privilegiado de produção de sentido. O autor pontua que a linguagem opera como um sistema representacional que permite a construção da cultura e de entendimentos partilhados.

O *circuito da cultura* desenvolvido por Hall (2007) compreende cinco momentos correlacionados, quais sejam: representação, identidade, produção, consumo e regulação. A análise cultural deve, pois, pensar determinada materialidade simbólica em sua teia de relações com a vida social; e um artefato mediático, no caso, deve ser entendido como atravessado pelo *circuito da cultura*. Dessa maneira, a representação é enraizada nas práticas culturais, ao mesmo tempo em que as constitui; produção, consumo, regulação e identidade – entendidos em relação – atravessam todo o processo de representação cristalizado em determinado objeto midiático.

O entendimento do diálogo entre representações e práticas culturais nos permite perceber que no processo comunicativo o receptor passa a ocupar, concomitantemente, os pontos de chegada e partida de qualquer mensagem. Nessa direção, pode nos ser caro pensar a relação entre emissor e receptor na perspectiva interacionista:

[...] a comunicação enquanto interação é uma relação de dois: um e outro estão lá desde o princípio, e não podem ser ignorados. [...] Não é possível, numa perspectiva interacional, analisar a intervenção de um emissor sem levar em conta o outro a quem ele se dirige e cujas respostas potenciais (as respostas do outro

imediate e de outrem – o grupo ao qual pertence) já atuam com antecedência sobre o seu dizer; não é possível analisar o receptor separado dos estímulos que lhe foram endereçados e que o constituíram como sujeito daquela relação. (FRANÇA, 2007, p. 85)

Ao concebermos a comunicação como interação, emissor e receptor implicados no processo comunicativo se envolvem em uma relação de mútua afetação e a fala do primeiro orienta-se para o horizonte social mais amplo, no qual o interlocutor constrói sentidos. Podemos aqui pensar também as contribuições de Bakhtin (1992, p. 112) sobre a dialogicidade como característica base das falas e interações:

Com efeito, a enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor.

A enunciação como produto da implicação de dois sujeitos nos permite, pois, pensar a presença do interlocutor na fala de um dado artefato midiático, o qual somente será agregado de sentido na chave das práticas culturais. Partindo por pensar a presença do *outro* na fala do *um*, e a mútua implicação dos sujeitos no processo comunicativo, passemos à compreensão dos modos de endereçamento.

Modos de endereçamento

Gomes (2007) nos chama a uma revisão do método de análise do telejornalismo ressaltando a importância do desenvolvimento de conceitos metodológicos e operadores analíticos para pensar o funcionamento, as especificidades e as características desse gênero. Nesse sentido, a autora adota como premissa o entendimento do jornalismo como instituição e forma cultural que se desenvolve numa formação econômica, social e cultural específicas, desempenhando funções e papéis bem marcados nessa formação. Para apreender o jornalismo como instituição e forma, Gomes (2007) propõe a operacionalização dos conceitos de estrutura de sentimento, gênero e modos de endereçamento.

Com o conceito de estrutura de sentimento, busca-se observar os valores e significados que legitimam o jornalismo como instituição, bem como as atualizações e modificações de tais significados, transcorridas no processo histórico, tornando-os possíveis e socialmente aceitáveis. Trabalhar os conceitos de gênero e modos de endereçamento em um dado artefato requer mover o olhar para além de suas características

textuais ou narrativas, encarnando as marcas de reconhecimento e as propostas de engajamento do público no seio da cultura.

Mittel (2004, p. XIV) entende o gênero como uma categoria cultural:

Rather than emerging from texts as has traditionally been argued, genres work to categorize texts and link them into clusters of cultural assumptions through discourses of definition, interpretation, and evaluation. These discursive utterances may seem to reflect on an already established genre, but they are themselves constitutive of that genre; they are the practices that define genres, delimit their meanings, and posit their cultural value.

Dessa maneira, as práticas de definição, interpretação e avaliação do gênero, efetuadas pela audiência, constituem o próprio gênero. O autor investe num movimento inverso localizando o gênero como o caracterizador do texto. Seria, pois, por meio das marcas de reconhecimento do gênero na cultura que um dado artefato mediático procuraria estratégias de comunicabilidade para empreender na interação com sua audiência – e aqui localizamos os modos de endereçamento. Podemos buscar apreender com o conceito de modos de endereçamento as escolhas empreendidas por um objeto midiático para perfilar e dar a ver um tema e o tipo de engajamento que o objeto propõe.

Chandler ([s.d.]) trata dos modos de ver como construídos social e historicamente, os quais posicionariam os sujeitos em consonantes formas de leitura. Assim, poderíamos dizer que ao mesmo tempo em que o modo de endereçamento, articulado ao gênero, busca construir uma interação com o público, a qual tem sua chave nas práticas culturais, ele propõe ao leitor um engajamento, sugere uma prática de recepção ou interação.

Ao pensarmos a relação comunicativa como uma relação de interação os modos de endereçamento podem nos ajudar a buscar a presença do *outro* na fala do *um*, ou seja, o espectador orientando as falas do artefato, sem deixar de conceber, no caso do telejornalismo, o comunicador/jornalista como um sujeito em interlocução, ao mesmo tempo com suas fontes e espectadores. Sobre essa dupla orientação ou dupla interlocução, Gomes (2007, p. 22-23) diz:

[...] o conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. [...] Nessa

perspectiva, o conceito de modo de endereçamento se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais..

Vamos nos dedicar, neste ensaio, a pensar a relação comunicativa estabelecida entre emissor e destinatário no quadro “Isso aqui é seu!”, do programa *Fantástico* da Rede Globo de Televisão. Para tanto, vamos buscar, dentro e para além do artefato, as estratégias de comunicabilidade, as escolhas para perfilar o tema, as propostas de engajamento e a construção do estilo e das especificidades do quadro. Seguiremos, pois, os operadores analíticos (os “lugares” para os quais se deve olhar) localizados por Gomes (2007) nos modos de endereçamento, quais sejam: o mediador, o contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática.

Ao pensar o *mediador*, buscamos perceber como âncoras e repórteres desempenham suas *performances* na construção da relação com o telespectador; com o *contexto comunicativo*, buscamos os modos como os emissores se apresentam, como se referem a seus receptores e como ambos são situados na relação comunicativa concreta ali travada; com o *pacto sobre o papel do jornalismo* buscamos perceber os acordos firmados entre programa e telespectador e os valores e significados que ali vigoram e são permanentemente negociados; e, por fim, com a *organização temática* queremos perceber como a temática é organizada e articulada aos demais operadores.

Fantástico: a sua revista eletrônica semanal

A Rede Globo de Televisão leva ao ar, todos os domingos, às 20h30, o programa *Fantástico*, caracterizado pela própria emissora como uma revista eletrônica semanal. O programa teve início em 1973, com a proposta de trazer aos telespectadores uma mistura de “jornalismo e entretenimento de maneira dinâmica e acessível.” (FANTÁSTICO, [s.d.])

O idealizador do programa foi José Bonifácio Sobrinho, Boni, que em depoimento ao memorial da Rede Globo diz que o objetivo era desenvolver um formato novo para arrebanhar a audiência das noites de domingo: “Imaginei um programa *magazine*, tipo um mosaico com jornalismo, entretenimento de todo tipo, humor, teledramaturgia, reportagens internacionais e coisas dessa natureza”. Como o principal programa jornalístico da emissora aos domingos – característica que o *Fantástico* carrega até hoje – o objetivo com o programa era trazer fatos que gerassem repercussão ao longo da semana e conferi-los um tratamento

mais amplamente contextualizado. José Itamar de Freitas – diretor-geral do programa a partir de 1977 – definia as reportagens que eram apresentadas todos os domingos como um meio-termo entre o *Globo Repórter* e os telejornais diários. Para o diretor, outro ponto que o programa nascedouro deveria desenvolver era conferir emoção às reportagens, sem prejuízo do aspecto “jornalístico” dos temas. Entre a equipe de produção era colocado como papel do *Fantástico* ser um painel multifacetado de tudo o que era produzido na televisão: jornalismo, prestação de serviços, humor, dramaturgia, documentários exclusivos, música, reportagens investigativas, denúncia, ciência e experimentação de idéias e formatos.

Já nos primeiros anos do programa, podemos perceber como o formato “revista eletrônica” (possivelmente uma nova estrutura de sentimento dentro do gênero) foi se configurando dentro do gênero telejornalístico – este, sim, já com traços de reconhecimento cristalizados no seio da cultura. Quéré (2001) desenvolve o argumento de que o público não é preexistente a determinado evento ou acontecimento, mas é configurado a partir dele. Dessa maneira, podemos pensar como o pacto entre o jornalismo feito pelo programa do *Fantástico* e seus telespectadores foi se desenvolvendo, sendo negociado e firmado historicamente. Não queremos aqui desconsiderar as estratégias de comunicabilidade e a construção do estilo do programa como desvinculados das práticas culturais; buscamos, sim, pensar o processo em que tais aspectos ganharam corpo na relação do programa com sua audiência a partir das primeiras experimentações e exibições.

Informação, descontração e emoção conviviam (convivem) bem no *Fantástico*, assim também o fazem o ficcional e o não ficcional. Valores impregnados no gênero jornalístico, como imparcialidade, objetividade, interesse público, relevância social, opinião, atualidade, eram rearranjados na revista eletrônica da Rede Globo, nesse novo formato de produzir jornalismo, posicionando e preparando o telespectador sobre o que ele iria encontrar naquele terreno e, ao mesmo tempo, descobrindo suas possibilidades com o público. O *Fantástico* vinha acompanhado de um subtítulo que também dizia de suas escolhas: “O show da vida”, o que prometia curiosidades, fatos inusitados, descobertas e inovações, além de uma imersão no próprio mundo da TV.

No contexto de desenvolvimento do estilo do programa, foram criados quadros de reportagens de viagem e aventura, e Paula Saldanha foi a primeira repórter do *Fantástico* a inaugurar esse tipo de narrativa, em 1987, viajando por várias regiões do País, mostrando lugares pouco conhecidos, inexplorados e belezas naturais. Maurício Kubrusly, em 2000,

estrou com o quadro “Me leva Brasil”, desta vez à procura de histórias de vida e personagens curiosos. Em 2004, o repórter Zeca Camargo protagonizou o quadro “A fantástica volta ao mundo – para onde você quer ir agora?”, que nos interessa particularmente neste estudo.

“A fantástica volta ao mundo” teve 19 *episódios* e foi exibida de 23/05 a 26/09/2004. Durante a exibição da série, um blog era regularmente atualizado, como um diário de viagem, no qual o jornalista contava peripécias de sua viagem. Ao final de cada episódio, eram oferecidos dois possíveis lugares a se conhecer na semana subsequente e assim o roteiro das viagens e reportagens era traçado de acordo com a escolha do público, constituindo assim uma estratégia de interação.

Um embate entre objetividade e subjetividade se mostrava em constante negociação. O espectador era chamado a conhecer os lugares mais exóticos do mundo por meio das experiências do repórter, ou do narrador-viajante, que, na maioria das vezes, começava com a culinária local. Se existia *outro* (fonte) a ser conhecido, era por meio das aventuras do narrador. Ao *outro* ficava reservado o título de exótico, pitoresco e o conhecimento de sua realidade peculiar se concentrava num quadro de comparações entre o *lá* e o *aqui*. A construção da temática das reportagens tangenciava as atrações do País, o folclore, as possíveis aventuras, monumentos e natureza; o mediador Zeca Camargo fazia o papel de um turista narrando impressões e convidando o espectador à identificação, como também experienciador daquelas aventuras, constituindo aqui uma possível estratégia de comunicabilidade. Ao mesmo tempo, na abertura de cada reportagem, seguiam-se informações históricas, econômicas, de lutas por independência e processos de colonização, num tom mais realista e objetivo, evidenciando a negociação objetividade *vs.* subjetividade. Em grande parte dos episódios, a reportagem é composta por *offs* e por pontes fáticas entre o jornalista e o espectador, num jogo de aproximação e distanciamento do jornalista. Alguns *episódios*, que duravam em média oito minutos, eram construídos sem nenhuma entrevista direta; por vezes fontes/personagens eram localizadas no relato, conduzindo o repórter pelas cidades, mas não eram identificadas e não se construía um diálogo entre as partes que tomasse lugar na reportagem. Os mediadores que chamavam as reportagens do estúdio da Globo – Pedro Bial, Glória Maria, Renata Ceribelli – se referiam aos repórteres como “andarilhos”, “aventureiros”, numa ambiência de aventura, o que já oferecia pistas do que estava por vir.

A partir da experiência com “A fantástica volta ao mundo”, foi criado o quadro “Isso aqui é seu!”, no intuito de visitar dez patrimônios

da humanidade. A série de reportagens foi ao ar de 4/1 a 15/3/2009 e vamos nos concentrar aqui na reportagem de abertura, que fez parte do primeiro *Fantástico* de 2009, na busca por perceber seus modos de endereçamento.

No domingo anterior à estréia do “Isso aqui é seu!”, 28/12/2008, foi ao ar um *teaser* do quadro que já convidava o espectador a assistir ao programa na semana seguinte, dando início a um processo de interação, em seu aspecto indicador e provisório, como uma “conversa” que promete coisas e cria expectativas.

Na chamada do primeiro *episódio*, Patrícia Poeta é uma das mediadoras, e em sua *performance* podemos perceber o tom, ao mesmo tempo, de aventura – ao falar de seu “colega” que realiza mais uma volta ao mundo – e de interesse público – ao dizer de alguns dos patrimônios da humanidade em vias de desaparecimento, os quais são riquezas culturais que pertenceriam a todos. O quadro “Isso aqui é seu!” parece ter a intenção de ultrapassar a perspectiva da aventura, instituindo uma agenda de interesse internacional, relevância social e atualidade, a qual dialoga diretamente com os valores e premissas consolidadas do telejornalismo. Pode-se perceber que ao anunciar o quadro o jogo entre objetividade e subjetividade está presente mais uma vez, pois, logo depois de Patrícia Poeta, o mediador Zeca Camargo retoma o tom aventureiro do quadro, convocando o espectador a realizar junto com ele, a partir daquele momento, esta viagem em busca de “tesouros”.

A vinheta de abertura também é carregada de promessas de aventura ao mostrar a animação de um personagem percorrendo o globo terrestre – posição que pode ser ocupada pelo repórter e também pelo espectador.

No decorrer da reportagem, o mediador recorre ao uso de passagens, dirigindo-se diretamente ao telespectador, relatando, em tom intimista e coloquial, as adversidades para se chegar ao lugar de destino, na constituição de um contexto comunicativo ou uma situação de comunicação na qual o receptor, ou interlocutor, parece estar sempre presente nas vivências da equipe de reportagem, sendo convidado a participar da viagem. Nessa situação de comunicação criada, o jornalista se aproxima do espectador contando as dificuldades do caminho e se distancia em *takes* de imagens cobertos por *offs* que oferecem um tratamento objetivo, enquadrando o que seriam as chamadas informações factuais.

Diferentemente da primeira “Fantástica volta ao mundo”, no quadro “Isso aqui é seu!” já se recorre a entrevistas diretas, havendo abertura para interações comunicativas com os personagens, enquadrando as pessoas

comuns que habitam o lugar visitado – prática do jornalismo convencional. No entanto, alguns quadros de entrevista são novamente marcados pelas impressões do repórter/mediador, que experimenta as tradições do povo do deserto (a primeira visita foi a Timbuktu, no Mali), janta com os homens como convidado e se veste como eles.

Podemos aqui tentar aproximar a construção da temática dos operadores de contexto comunicativo, pacto sobre o jornalismo e mediador. No “Isso aqui é seu!”, o tema (os patrimônios da humanidade) é dado a ver por meio das experiências, aventuras e desafios vividos pelo mediador, o que evidencia o embate entre objetividade e subjetividade. Num jogo de distanciamento e proximidade, o mediador cria pontes fáticas com o telespectador ao longo de toda a reportagem, ambientando um contexto comunicativo intimista, característico das reportagens de viagem do *Fantástico*. Confunde-se, então, se o tema tratado são os patrimônios da humanidade ou as aventuras de Zeca Camargo pelo mundo dos monumentos e patrimônios. O mediador é um turista que passeia pelo mundo e convida o telespectador a fazê-lo junto com ele, e é também para um espectador-turista que as falas são endereçadas. Construir a temática dessa forma é possível pelo pacto que o programa teria criado com seu público ao longo do tempo, no qual o jogo entre objetividade e subjetividade é permitido, sem estranhamentos, em que o tom intimista e convidativo é bem-vindo, compondo as marcas e o estilo desse tipo de quadro, inserido no *Fantástico*.

Ao fim da reportagem, o mediador convida o espectador para aventura seguinte e reitera a importância da temática; os patrimônios da humanidade seriam uma riqueza, um “tesouro” de cada um de nós: “são meus, são seus, são nossos”. A interação é, assim, sempre deixada em suspensão para o *episódio* seguinte.

Apontamentos finais

O exercício dos conceitos e operadores analíticos desenvolvidos por Gomes (2007) para pensar a televisão nos permite perceber a teia de inter-relações que atravessam a produção de um dado artefato midiático, inserido num momento histórico, em diálogo e negociação constante com as práticas culturais.

No caso do quadro “Isso aqui é seu!”, avistamos relações que somente são possíveis no formato desenvolvido pelo *Fantástico*, no gênero televisivo, dados os acordos desenvolvidos e firmados com o público, os quais geram expectativas, marcas de reconhecimento culturais e só podem tomar corpo na prática da recepção.

This here is yours! *Modes of address and interaction processes embodied in the culture*

Abstract

In this article, our goal was to make a first approximation to the segment This here is yours!, which was shown on Fantástico from January to March 2009. To this end, we work with the concept of modes of address, looking, within and beyond the artifact, for the strategies of communicability that were used, the choices for the profiling the issue, the proposed engagement, and the development of the style and specifics of the segment. Initially, we aimed for the construction of communication in Cultural Studies, to from there to think of the dialogue established between media production and social life.

Key words: *Modes of address. Cultural practices. Interaction.*

Referências

A FANTÁSTICA volta ao mundo (*blog*). Disponível em: <http://www.afantasticavolta.blogspot.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2009.

BAKHTIN, M. A interação verbal. In: BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992. p. 110-127.

CHANDLER, David. *Semiotics for beginners*. [s.d.]. Disponível em: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem08b.html>. Acesso em: 10 jul. 2009.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 8-76.

ESCOSTEGUY, A. C. *Quando a recepção já não alcança*: por uma revisão no objeto e método. Trabalho apresentado no GT Recepção, usos e consumo midiático do XVII. Encontro Anual da Compós, São Paulo, jun. 2008.

FANTÁSTICO. [s.d.]. Disponível em: <http://www.fantastico.globo.comMemorial Rede Globo>.
<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-247251,00.html>. Acesso em: 10 jul. 2009.

FRANÇA, Vera. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex *et al.* (Org.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-91.

GOMES, Itânia M. M. *Efeito e recepção*: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *media*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

GOMES, Itânia M. M. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos e operadores de análise. *Revista e-compós*, v. 8, abr. 2007.

GUTMANN, J.; SANTOS, T. E. F.; GOMES, I. M. M. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás: jornalismo e entretenimento no Custe o que custar. *Revista e-compós*, v. 11, n. 2, maio-agosto 2008.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv. (Org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília, Representação da Unesco no Brasil, 2003. p. 387-403.

HALL, Stuart. Introdução. In: HALL, Stuart. *The work of representation: representation: cultural representation and signifying practices*. London: Sage, 1997. p. 1-14.

ISSO aqui é seu! Primeira reportagem da série. Disponível em: <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM944004-7823-TIMBUKTU+E+A+PRIMEIRA+PARADA+DA+VOLTA+AO+MUNDO,00.html>. Acesso em: 10 jul 2009.

MITTEL, Jason. Introdução e television genres as cultural categories. In: MITTEL, Jason. *Genre and television: from cop shows to cartoons in american culture*. New York and London: Routledge, 2004. p. 1-28.

QUÉRÉ. Louis. Le public comme forme et comme modalité d'expérience. In: CEFFAI, Daniel; PASQUIER, Dominique. (Org.). *Le sens du public: publics politiques, public médiatiques*. Paris: La Découvert, 2001. p. 113-134.

SILVA, K. A. Programa Passagem para: o embaralhamento entre informação e entretenimento no videojornalismo. *Revista Contemporânea* (UERJ), v. 12, p. 15-26, 2009.

WILLIAMS, Raymond. Introdução e conclusão. In: WILLIAMS, Raymond. *Cultura e sociedade*. São Paulo: Editora Nacional, 1969. p. 305-346.