



Televisão, telejornalismo e recepção: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os *cultural studies* e a semiótica¹

por Itania Maria Mota Gomes*

Pretendemos, neste texto, seguir a hipótese de que as pesquisas sobre o processo receptivo tenderiam a se enriquecer se levassem a bom termo aquela intuição dos Estudos Culturais - pelo menos aquela intuição formulada por Stuart Hall nos idos dos anos 70, quando procurou entender a questão da *Codificação/decodificação do discurso televisivo* (HALL.[1973]1997) - e trouxessem para a análise do problema da recepção as contribuições da semiótica.

Seguiremos aquela pista, mas levando mais adiante as contribuições que a semiótica tem dado, sobretudo no que se configura o avanço da própria contribuição da semiótica, para além do que era a semiótica dos anos 70, para o entendimento da relação entre texto e leitor e, portanto, da questão da recepção. Tomar o conceito de *recepção* ou *ato receptivo* a partir dos pressupostos conceituais da semiótica, em particular, sobre a base do conceito semiótico de *interpretação*, pode iluminar nosso problema, sobretudo se considerarmos que *recepção* implica necessariamente interpretação, inferência, interação, significação, produção de sentido.

É nossa intenção, ao mesmo tempo, nos debruçarmos, de modo ainda muito preliminar e modesto, sobre um material comunicativo específico, no caso, a linguagem televisiva e os telejornais, observando suas estratégias de construção, seus gêneros e formatos.

Articulação entre *cultural studies* e estudos da linguagem

É a preocupação dos Estudos Culturais com as relações entre linguagem e ideologia que os leva, progressivamente, ao interesse pelo receptor. A consolidação da indústria cultural, principalmente com o aparecimento da televisão, colocava os investigadores críticos frente à necessidade de entender as relações entre cultura, consciência e linguagem e, portanto, de compreender o modo como as indústrias culturais moldavam a consciência das pessoas. É claro que, no início, o interesse estava em compreender como os "textos" da cultura representavam a ideologia dominante, mas posteriormente isso já não foi suficiente e os Estudos Culturais voltaram-se para o modo concreto como os sujeitos empíricos negociavam os sentidos ideológicos das mensagens e resistiam aos seus apelos.

* PhD, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Há, quase sempre, uma associação entre dois principais pressupostos dos estudos de recepção, o de que a audiência é sempre ativa e o de que as mensagens dos meios são polissêmicas. Em geral, postular a atividade do receptor significa postular que: 1) os receptores são sujeitos sociais; 2) os receptores "carregam" para o seu encontro com os *media* toda a sua cultura - argumento dos Estudos Culturais desde as investigações de Richard Hoggart e Raymond Williams -, a sua posição na estrutura social - ênfase de Hall, porém mais concretamente de David Morley -, e o contexto particular de sua inserção na sociedade, descrito em relação a fatores sociais tais como gênero, etnia, idade; 3) esses elementos extralingüísticos determinam os códigos que os receptores usarão para interpretar as mensagens; 4) como há uma enorme variedade de *contextos* sociais e culturais, há uma equivalente multiplicidade de leituras possíveis.

Polissemia, por outro lado, tem sido entendida, no sentido que lhe deu Bakhtin ao se referir à multi-acentualidade da linguagem, como sua abertura a diferentes interpretações. A consequência da polissemia, para os Estudos Culturais, é que ela deixa margem a que os receptores elaborem *uma leitura diferente*, a partir de sua inserção nos contextos sociais mais amplos. Em outros termos, polissemia implica a solicitação da atividade do receptor.

O esforço de investigação sobre a recepção, que começa com uma tentativa de "articulação das investigações sociológicas e das investigações sobre o texto" (JENSEN & ROSENGREN. 1997:340), vai ganhando um peso sociológico cada vez maior. Quando a análise de recepção passa a chamar-se etnografia da audiência, a mudança não é apenas de terminologia. Mudam-se os propósitos. Se antes a ênfase se colocava em entender o processo receptivo - e acreditamos que, com todas as limitações impostas pela metáfora da *decodificação* e pela metáfora da *mediação*, esse é o propósito de Stuart Hall, de David Morley e de Jesús Martín-Barbero - agora a ênfase está em conhecer a audiência, em descrever seu comportamento.

O que questionamos é se o desenvolvimento recente dos estudos de recepção está contribuindo para os próprios objetivos dos estudos de recepção - pelo menos como o pensaram Hall, Morley, Barbero, de recusa do modelo matemático; questionamos se as etnografias estão contribuindo para a compreensão do processo receptivo. Em grande medida já afastados da proposta inicial apontada por Stuart Hall e David Morley e sua ênfase na relação entre texto e leitor, os estudos de recepção atualmente configuram-se como pesquisa empírica qualitativa de audiência e dizem, portanto, mais respeito aos modos de se conhecer a audiência do que à capacidade de compreender os processos receptivos. Perdeu-se de vista a relação texto/leitor.

A questão crucial, do ponto de vista da recepção, não deveria ser propriamente saber quem é a audiência, nem deveria ser descrever seu comportamento, mas compreender o processo comunicativo. Em outros termos, compreender o próprio processo que institui uma audiência.

Acreditamos, no entanto, que ainda é possível encontrar algumas pistas para recuperar aquela intuição inicial e fazê-la avançar. Quando Guillermo Orozco arrola a *mediação televisiva* ou *mediação videotecnológica*, ou seja aquelas características específicas da televisão - sua programação, gêneros, publicidade, seu grau de



representabilidade e verossimilhança, o próprio aparato eletrônico; quando Barbero estabelece a *competência cultural* como um campo onde se evidenciam os modos a partir dos quais a emissão televisiva já ativa, ela mesma, necessariamente - para que suas mensagens tenham evidência - as competências culturais inerentes à existência individual e social de cada um dos receptores e identifica nos *gêneros* os modos nos quais se fazem reconhecíveis e se organizam as competências comunicativas de emissores e receptores, assumindo-os explicitamente enquanto *estratégias de comunicabilidade* ou *estratégias de interação*; quando Morley, em seus trabalhos mais recentes, apoia-se numa teoria dos gêneros, parece se apresentar, nesses autores, momentos fecundos para um salto teórico-metodológico na direção de pensar o processo comunicativo, tanto na sua lógica de trocas de informações quanto na descrição do “aparato” (técnico, social...) da comunicação.

Os gêneros permitiriam entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da *interação*. Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos *media*. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como o *melodrama* ou o *programa jornalístico*, na TV, e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. Colocar a atenção nos *gêneros* implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero. Os gêneros funcionam como uma espécie de *manual de uso*.

"Os gêneros aparecem não como propriedades dos textos. O gênero não é algo que passa ao texto, mas algo que passa *pelo* texto...O gênero é uma estratégia de comunicação, ligada profundamente aos vários universos culturais...O gênero não é só uma estratégia de produção, de escritura, é tanto ou mais uma estratégia de leitura" (BARBERO.1995:64)

Nesses sentido, os gêneros são momentos de uma *negociação*. No caso da recepção televisiva, por exemplo, os gêneros permitem relacionar as formas televisivas com a elaboração cultural e discursiva do sentido.

Aquilo que aparece nesses autores como *estratégias de comunicabilidade* ou *estratégias de interação*, ou seja, os modos como a emissão televisiva já ativa, ela mesma, as competências culturais dos receptores, parece se aproximar de noções que permitem uma visada do ponto de vista de uma pragmática da comunicação. Pensar o processo comunicativo nesta perspectiva significa pensar tanto o modo como o campo da emissão ativa as competências dos receptores, quanto também o modo como os receptores constroem suas competências para negociar o sentido. Isso significa pensar as *condições de uso da comunicação*, os *contextos*, as *intenções dos falantes*, as *circunstâncias nas quais o sentido é produzido*, sem privilegiar um dos pólos, mas a partir de uma análise do *processo comunicativo*, que, acreditamos, deva, ele sim, ser colocado no lugar do sujeito da comunicação.

Desafios de uma semiótica da recepção



Nossa tarefa nesse momento será indicar algumas pistas ainda bastante preliminares para uma exploração das possibilidades teóricas de dar ao tratamento do fenômeno da recepção a abordagem que a semiótica dá ao conceito de interpretação. Ao recolocar os problemas da comunicação no campo dos processos socioculturais, a semiótica mostra que para se compreender o modo como a cultura se organiza hodiernamente é fundamental se entender como se dão os processos comunicativos. Aqui tomamos semiótica como uma teoria da vida cultural e social enquanto uma vida comunicativa, constituída essencialmente por processos de significação (ou seja, por processos de organização histórica, social e lingüística de sistemas de significação que produzem as condições para a geração de atos comunicativos) e por processos de comunicação (ou seja, situações objetivas de produção física de expressões, com fins práticos, através do recurso a sistemas de significação).

A semiótica, mais que um instrumento metodológico, é um horizonte teórico que nos assegura o caráter dinâmico da significação e a atividade da recepção enquanto caso que só pode ser explicado no interior do processo comunicativo. Deste modo, podemos considerar a possibilidade de entender a recepção como o lugar da interpretação ou inferência, quando um determinado sujeito, utilizando os códigos que possui e confrontando-se com as ocorrências expressivas, é capaz de fazer uma aposta hipotética sobre o significado que ali está presente numa relação interativa com a mensagem, onde o significado não está dado previamente (ainda que a mensagem estabeleça suas instruções de leitura).

A compreensão do processo comunicativo que queremos explorar e que parece justificar boa parte dos estudos de recepção realizados nos marcos dos Estudos Culturais implica o reconhecimento de que uma mensagem adquire significado apenas quando “interpretada *por uma dada situação* (situação psicológica e, através dela, histórica, social, antropológica)” (Eco.1991b:131-2). A relação com o intérprete é crucial para a definição de signo, conceito central de todo o pensamento da semiótica, e isto porque o trabalho interpretativo é o único modo de chegar ao significado de um signo. Mais que um sujeito empírico, o intérprete é uma função no processo de significação.

Se levarmos em conta que o signo não é um tipo especial de coisas que existem no mundo, mas somente *é signo aquilo que o intérprete decide que significa* - embora esta não seja uma decisão voluntarista, dado que o intérprete decide que algo significa com base em regras, sejam elas idiossincráticas ou já inscritas no tecido cultural - veremos que a significação está indissolúvelmente ligada ao processo de interpretação.

A produção de sentido não se dá por equivalência, como uma relação biplanar entre significantes e significados, ou seja, o signo não estabelece uma relação diádica entre uma expressão e um conteúdo. A significação é sempre o resultado da *cooperação do intérprete* que, com base em regras e acordos sociais e constringido pelo repertório cultural que possui é capaz de estabelecer o significado de um signo. Esse trabalho realizado pelo intérprete evidencia que os atos de interpretação não se sustentam sobre uma correspondência ponto por ponto entre expressão e conteúdo; há, antes, correlações que são estabelecidas através de mecanismos inferenciais inerentes ao processo de



interpretação. É neste sentido que dizemos que a recepção acontece como processo de significação.

É necessário pressupor um intérprete, que, por um processo de *cooperação interpretativa*, se disponha a fazer deslanchar a semióse. O objeto está materialmente presente na sua materialidade ainda assemiótica antes que o nosso olhar o faça falar; estão presentes também a cadeia dos interpretantes, e as convenções culturais, à luz das quais há que fazer falar o objeto. A competência cultural do intérprete e o conjunto de regras pragmáticas deverá provê-lo com os recursos necessários para atualizar o significado de uma expressão com base em inferências. A semiótica da interpretação, ou seja, uma teoria da leitura como ato de colaboração interpretativa, prevê que qualquer texto demanda um leitor que acione mecanismos inferenciais para atualizar seu conteúdo.

O único modo possível de interpretar uma expressão é traduzi-la em outra expressão, em outros signos. E é aqui que entra a noção de Interpretante, que nos parece fundamental para a compreensão dos processos receptivos, fundamental porque ela descreve o modo como intérpretes ou receptores concretos atribuem significado aos signos sem que seja necessário a recorrência a estudos empíricos. “...O interpretante é a idéia a que o signo dá origem na mente do intérprete (embora a presença de um intérprete efetivo não seja exigida)” (Idem.1986:16). Não se deve confundir o interpretante com o intérprete, enquanto sujeito consciente e empírico. O interpretante não é o sujeito que interpreta, mas o terceiro termo de uma relação entre o signo e seu objeto.

Se o interpretante é a idéia a que o signo dá origem na mente do intérprete, ele pode ser uma imagem, uma fotografia, um filme; uma paráfrase, uma palavra, um texto, uma crônica; uma música; uma telenovela. O que importa é que ele “dê conta do interpretado sob algum aspecto, mas faça conhecer alguma coisa mais do interpretado” (Idem.1991:111). Temos um processo semiótico quando um gato que passa na rua pode ser interpretado pelo termo /gato/; que por sua vez pode ser interpretado pelo trecho de uma canção *pop* que diz que é impossível “ver um bichano pelo chão e não sorrir”; que por sua vez pode ser interpretado pela expressão de nossa alegria em criar gatos em casa ou ainda por uma tirinha do Jim Davis. A fecundidade da noção de interpretante é dada pelo fato de que ela descreve a única maneira como os seres humanos estabelecem, fixam e reconhecem os significados dos signos que usam.

A noção de interpretante diferencia a semiótica formulada por Peirce das teorias que, dentro da tradição estruturalista, vêem os signos como um relação fechada entre significantes e significados. Sendo o terceiro termo de uma relação de representação, ele é o responsável pela dinâmica do processo semiótico; é ele que joga o processo semiótico sempre para a frente¹.

¹ E aqui está um dos nossos mais duros desafios: os estudos culturais ingleses têm adotado, até a atualidade, a contribuição da semiótica de viés estruturalista ou pós-estruturalista, seus principais interlocutores localizam-se na semiologia francesa de Saussure, Barthes e, mais recentemente, Deleuze e Derrida. Fazer dialogar os *cultural studies* e a semiótica é também explorar as conseqüências e assumir os riscos de levá-los a dialogar com a semiótica de matriz

1 Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Os interpretantes não dependem das representações mentais dos intérpretes concretos; eles são registrados intertextualmente e avaliados intersubjetivamente. “Por intermédio dos interpretantes, as determinações do significado como conteúdo tornam-se de algum modo física, material e socialmente atingíveis e controláveis” (Idem.1986:31).

Estudada no âmbito das relações entre o signo e seus intérpretes, a noção de interpretante, na medida em que se refere a processos de tradução extremamente complexos, traz para a compreensão dos sistemas semióticos o problema da inferência. Em primeiro lugar, porque a teoria dos interpretantes deixa claro que o processo de produção de sentido não se dá ao modo de um dicionário, como uma relação biplanar entre significantes e significados. Em segundo, porque parece chamar em causa alguns aspectos inerentes ao campo da pragmática da comunicação, tais como “as circunstância da enunciação, as relações com o co-texto, as pressuposições postas em ação pelo intérprete, o trabalho inferencial de interpretação do texto”(Ibidem.1986:30).

A teoria dos signos, no modo como aqui a entendemos, não é uma teoria da substituição e da equivalência entre expressão e conteúdo, equivalência que se daria com base num código como sistema rígido de regras. Preferimos pensá-la a partir da metáfora da enciclopédia, proposta por Eco e que implica uma reformulação radical das idéias de dicionário e código. A enciclopédia é um postulado semiótico que permite visualizar a idéia de repertório cultural, de um conjunto registrado de todas as interpretações, uma espécie de arquivo de toda a informação verbal e não verbal de algum modo registrada. A tentativa de fornecer modelos de representação semiótica em formato de enciclopédia inevitavelmente introduz elementos pragmáticos no âmbito semântico, o que implica uma noção liberal de semântica, mas também uma noção liberal de pragmática.

Vimos até aqui que os interpretantes são signos que interpretam outros signos, traduzindo o objeto imediato de modo que sempre lhe seja possível mostrar algo a mais do objeto interpretado, sempre ampliando a sua compreensão. E vimos também que o signo é instrução para a interpretação, mecanismo que faz percorrer toda a semiose. Mas só é signo aquilo que significa, ou seja, aquilo que um intérprete decide, constringido por um conjunto de regras - ou código -, que significa.

Entretanto, a tentativa de representar o sistema de significação como enciclopédia impõe uma visada diferente sobre o problema do código. Nesse ponto, aparece uma nova acepção de código, em que ao invés de valorizar-se a rigidez das regras de equivalência, valoriza-se o que esta noção implica em termos de convenção e acordo sociais. Ao rever a idéia de código a partir de uma semântica em formato de enciclopédia, Eco irá reformulá-la de modo a que seja possível identificar “estratégias textuais muito afins àquelas de vários sistemas semióticos, em que inferência e instrução prevalecem sobre a simples relação de equivalência” (Idem.1991:266).

peircena e trabalhar com a hipótese de que parte das limitações atuais reconhecidas aos estudos culturais deve-se à opção pela semiologia.

1 Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Eco afirma existir um *continuum* semiótico que vai da codificação mais forte à mais aberta e indeterminada, o que em todo caso evidencia que o processo interpretativo sustenta-se sempre sobre um princípio, ainda que elementar, de inferencialidade alicerçada nos contextos (cf. Idem.1995: 48). A capacidade de reorganizar contínua e contextualmente as unidades de conteúdo é o que fundamenta e possibilita esta semântica orientada para o contexto, que Eco descreve como uma *semântica de instruções* e cujo modelo ideal é a enciclopédia.

“...A enciclopédia é uma *hipótese reguladora* com base na qual, na ocasião das interpretações de um texto (seja ele uma conversa na esquina ou a Bíblia), o destinatário decide construir uma *porção* de enciclopédia concreta que lhe permita reconhecer como característica do texto ou do emissor uma série de competências semânticas (...) Toda interpretação é uma empresa difícil, porque difícil é a configuração da porção de enciclopédia requerida para interpretar” (Idem.1991:114).

A maior ou menor capacidade de decidir qual a porção enciclopédica necessária para interpretar um texto depende da competência cultural do intérprete. Pois, se é verdade que nenhum leitor é obrigado a conhecer todo o universo enciclopédico, posto que ele é extremamente amplo e vai sendo construído à medida mesmo em que é acionado para a interpretação dos textos dispostos na cultura, é verdade também que o sucesso do ato de leitura corresponderá à habilidade do intérprete para tirar do texto aquilo que ele não diz explicitamente, mas pressupõe, promete, implica. A competência cultural do intérprete deverá provê-lo dos recursos necessários para atualizar o significado de uma expressão com base em inferências co-textuais, contextuais e circunstanciais que uma semântica de instruções deve prever, ainda que não possa registrá-las antecipadamente. Uma semântica instrucional desse tipo permite fazer inferências contextuais e pode mesmo estender-se à representação enciclopédica de fenômenos até então atribuídos à pragmática.

Não é estritamente a metáfora da enciclopédia formulada por Eco que aqui queremos destacar, mas aquilo em que ela aponta para a consideração da importância da competência cultural do intérprete nos processos de significação. Para a compreensão do problema da recepção, o que importa é, por um lado, a afirmação de que os processos de significação são regulados; por outro, a valorização das convenções e dos acordos sociais que tal metáfora deixa ver de modo mais claro.

A Semiótica da Recepção formulada por Umberto Eco, como uma teoria do Leitor-Modelo, tem logrado descrever as relações entre um texto e seus receptores sem recorrer ao empirismo característico de abordagens socio-antropológicas e sem fragmentar a análise do processo comunicativo na medida em que estabelece a obra como um lugar de encontro e partilha, lugar do qual se pode olhar o processo comunicativo. Em Eco, o conceito de interpretação nos diz que um texto só tem vigência caso nele estejam presentes as estratégias e regras do ato comunicativo. Um texto, como mecanismo que em sua própria estrutura interna, antecipa e solicita a cooperação dos leitores, é o mundo possível de interpretações que ele pode gerar a partir das inferências pertinentes do leitor, pertinência essa que concerne a ambos, texto e



leitor. Esse é o grande salto qualitativo de Eco, sua semiótica da recepção não é uma teoria do pólo extremo e isolado, pólo separado e autônomo, mas um entendimento do processo comunicativo na rede interativa da semiiose.

Uma teoria da recepção deve poder antecipar que há uma semiiose da significação que implica o modo de organização da mensagem (do texto): nem a recepção nem o conteúdo das mensagens estão dados previamente. O significado é o resultado de um trabalho inferencial em que a recepção ou o leitor é levado a acionar suas competências semióticas para realizar apostas a partir das instruções postas na mensagem. Daí a recepção ser um ato semiósico.

Entretanto, alguns desafios ainda se colocam. Como recorrer ao modelo teórico da semiótica da interpretação (onde figura a centralidade de conceitos como “intenção da obra” e “leitor modelo”) sem com isso subsumir a noção de recepção à de emissão que controla os percursos da recepção? As teorias semióticas elegeram como objeto de pesquisa não tanto os acontecimentos empíricos da leitura (objeto de uma sociologia da recepção), mas a função de construção do texto desenvolvida pelo ato de leitura, visto como condição eficiente e necessária da atuação mesma do texto como tal. Segundo Eco, “...o funcionamento de um texto (mesmo não verbal) explica-se levando em consideração, além ou em lugar do momento gerativo, o papel desempenhado pelo destinatário na sua compreensão, atualização, interpretação, bem como o modo com que o próprio texto prevê essa participação” (Idem. 1995:02). Mas em que medida isso nos diz dos atos de recepção? Eco é explícito: a teoria semiótica da interpretação deve estar interessada na *intenção da obra* e não na intenção do autor ou do leitor. O que importa é o modo como o texto é “um mecanismo preguiçoso (ou econômico) que vive da valorização de sentido que o destinatário ali introduziu” (Idem. 1986:37).

No entanto, se pudermos fazer uma análise cuidadosa da sua concepção de interpretação, veremos sua riqueza para o tratamento da recepção, porque o tema mesmo da interpretação (e da semiótica da interpretação), em Eco, nasce de um preocupação com o fenômeno da recepção tal como, por exemplo, está posta em Pareyson (autor que antecipa e indica importantes conceitos que Eco irá usar). Na sua *Obra Aberta*, por exemplo, Eco está ocupado em compreender o modo como os intérpretes são levados a assumir um papel de liberdade para produzir suas interpretações de uma obra.

A linguagem televisiva e a relação da TV com os telespectadores

Na abordagem das relações entre linguagem e televisão, como se entende que a TV opera, como ela produz seu sistema de significação? Nos estudos que procuram entender a relação entre a televisão e seus espectadores, qual é o lugar da contribuição da semiótica? Apostamos aqui que o apelo à teoria dos signos, nesses casos, redundará na redução, a um só tempo, da semiótica, da recepção e da televisão. O repertório conceitual da semiótica servirá para classificar e identificar as categorias de signos que



existem na TV e estabelecer seu modo de funcionamento e relacionamento com os objetos que existem *realmente* no mundo.

“Compreender o processo de significação encaminha-nos necessariamente para a análise de *como operam os signos empregados pela TV, na aproximação possível entre telespectador e a realidade representada*” (PENTEADO. 1991: 50,g.n.).

Acreditando que *a televisão é o espaço dos ‘signos’ por excelência*, Penteado descreverá *os três tipos de signos com que a TV lida*, a demanda que eles impõem aos telespectadores e a qualidade da consciência que possibilitam (1991: 50/51). Sem qualquer referência a Peirce, a autora prefere recorrer a uma tipologia elaborada por Teixeira Coelho no manual da Coleção Primeiros Passos (1981):

a) Um ícone possibilita ao seu receptor conhecer o objeto representado ou reconhecê-lo, caso já seja seu familiar. Trata-se de um signo que pode ser revelador do novo, do desconhecido. Ele possibilita um tipo de *consciência icônica*, que opera basicamente com o sentir e com o sentimento; atua através do procedimento analógico; contenta-se em formar raciocínios não definitivos, não conclusivos; *é a consciência da intuição, das sensações*;

b) Um índice nada significa se o seu receptor ainda não tiver conhecimento do objeto representado e das relações entre ambos (morte e caveira, por exemplo). *É um signo repetidor*. A *consciência indicial*, por sua vez, procura formar algum tipo de juízo; *é uma consciência de constatação*; só revela aquilo que já foi revelado (que já é conhecido);

c) O símbolo possibilita ao receptor conhecer o objeto representado através dele; não exige o conhecimento prévio do mesmo, embora não garanta o conhecimento da coisa representada, tal como ela é. *Encerra, portanto, um certo potencial revelador*. A *consciência simbólica* é interessada na investigação do objeto; produz as convenções, as normas; pretende conhecer causas; *é lógica*, quer saber a razão.

Segundo a autora, a TV irá operar com estes *tipos de signos* de maneira explícita, com o ícone e com o símbolo, através das imagens e da linguagem falada; com o índice de maneira implícita. Vejamos. Se “*a imagem, o ícone*, possibilita à consciência do receptor operar com o sentir, como o sentimento” (PENTEADO.1991:58) , operando por um procedimento *analógico, mas não lógico* (sic: 59), o sujeito então vai *intuir a realidade representada* através das sensações. Essas sensações provocam uma consciência em aberto. Em que direção, então, essa consciência irá caminhar? *Na direção do sistema social ao qual os meios de comunicação estão ideologicamente vinculados*, conclui a autora.

Quem vai *reduzir* o potencial de *verdadeiro* comunicador da imagem, portanto do ícone, aos limites de uma *representação ideológica da realidade* é a fala, que encaminhará o telespectador para as “qualidades indicativas da realidade representada” (Id.Ibid.: 59). Esta concepção da autora pode ser observada , por exemplo, na seguinte passagem: “...A linguagem oral é utilizada como um *redutor da potencialidade do ícone*, transformando-o em índice...” (Id.Ibid.: 64,g.n.). Ou ainda: “...*A TV reduz a imagem a índice*” (Id.Ibid.: 67,g.n.). Essa *redução* da imagem a índice é que provocaria o *desencontro* entre “imagem real” e “imagem televisiva”, permitindo que a TV cumpra suas funções alienantes.



Preocupados com o fato de que a televisão tem propiciado, com muita intensidade, a “reificação do sujeito”, que passaria a ficar à mercê do seu fascínio e teria embotada a sua capacidade crítico-reflexiva, não se apropriando da indústria cultural, mas sendo apropriado por ela (Id. 1989: 07/08), Rezende & Rezende vão tentar dar conta do fenômeno remontando o seu processo de significação. Também para tais autores a força alienante da TV advém da sua capacidade de constringer os três signos a um tipo predominante, “*o índice..., um signo reducionista e simplificador*”(1989: 11,g.n.).

A conceituação utilizada por estes autores é bastante próxima da de Penteadó. O ícone é, aqui, o signo que tem assegurada a semelhança com o real e a ele corresponde “um tipo de consciência analógica, intuitiva, de grande correspondência com o objeto porque nele penetra, empatiza com ele, não se ocupa de conclusões lógicas, mas *sente o objeto*”(Id.Ibid.: 09). Os símbolos são, em geral, produtos de acordos tácitos. É um “constructo e determina um conhecer lógico que nos remete aos porquês e às descobertas...”(Id.Ibid.: 10). O problema estaria no índice, espécie de signo que, diferentemente das duas anteriores, reclama por um tipo de consciência operativa, que levaria à constatação do que já existe, não criadora, mas apenas mantenedora. “*O signo indicial não exige reflexão para ser compreendido. O receptor não precisa questionar sua causa ou consequência*” (Id.Ibid.: 10,g.n.).

Tais autores apelam para a teoria dos signos como chave para interpretação do modo de produção da mensagem televisiva. Visando *encontrar o significado dos signos* ou *estabelecer o conteúdo das mensagens*, lança-se mão da semiótica como se ela possibilitasse o desvelar do caráter ideológico das mensagens midiáticas, em particular televisivas. Aqui, a tarefa da semiótica é exercer a suspeita sobre os interesses da TV e orientar a leitura correta de suas mensagens, cujo conteúdo último está sob o emaranhado de estratégias enganadoras. O repertório conceitual da semiótica servirá para classificar e identificar as categorias de signos que existem na TV e estabelecer seu modo de funcionamento e relacionamento com os objetos que existem *realmente* no mundo.

O problema é que boa parte dos esforços de se fazer isso sustenta-se numa interpretação aberrante e bizarra da teoria dos signos, interpretação esta que se ergue sobre preconceitos epistemológicos arraigados e num uso inábil dos conceitos e da metodologia semiótica. O ponto de partida dos dois textos baseia-se num mesmo erro: toma uma certa classificação canônica dos signos em ícone, índice e símbolo e procura, a partir daí, identificar quais são os signos que estão presentes na televisão e como eles operam no sentido de *entorpecer as consciências*, no primeiro caso, ou *causar apassivamento*, no segundo. Em ambos, o caráter nefasto da TV está na operação de redução dos signos a um tipo predominante, o índice, que constringe, limita, reduz as possibilidades interpretativas dos telespectadores. Signo que exerceria uma função de proibição da livre consciência sobre o mundo e do acesso direto, puro e efetivo ao real. Tomemos a conceituação de signo em REZENDE & REZENDE:

“ O signo indicial induz, fornece pistas...A função do signo indicial é determinar indícios. Esta espécie de signo, *diferentemente das duas anteriores*,



reclama por um tipo de consciência operativa, que leva à constatação do que já existe, não criadora, mas apenas mantenedora... O signo indicial não exige reflexão para ser compreendido. O receptor não precisa questionar sua causa ou consequência” (Ibid.: 10,g.n.).

Se considerarmos que o que caracteriza o signo, em Peirce, é justamente a produção de uma ***consciência projetiva***, diríamos que o índice na formulação acima é um signo que não é signo. Temos, aqui, uma compreensão absolutamente superficial da semiótica peirceana, já que em Peirce, a idéia de signos puros (de um ícone puro, um índice puro...) é algo que aparece apenas no momento de estabelecer linhas teóricas mais gerais. Rigorosamente não existem signos puros e as categorias não são excludentes (um ícone é um ícone, um índice é um índice), ao contrário, a tendência de Peirce é pensar a consciência como proposicional e a estabelecer a co-presença no signo.

O signo, neste sentido, marcaria a relação comunicativa numa perspectiva de violentação do receptor. A relação comunicativa seria, então, uma relação ditatorial, impositiva, que se pautaria sobre a articulação do signo para obtenção da resposta desejada pelo emissor. Se comunicação é isto, precisamos por fim à comunicação. Esta é, em termos gerais, a linha mestra do raciocínio de Ivan Santo Barbosa.

Já não é a redução dos signos a um tipo predominante - o índice - o que atuaria em prejuízo da comunicação, mas o próprio signo enquanto tal: “somos todos prisioneiros do signo... que implica uma ditadura de códigos” (BARBOSA.1992: 19/20), um assujeitar-se ao seu caráter lógico, convencional e que nos leva, necessariamente, segundo o autor, às ilações de poder e ideologia. Ao afirmar que “o signo marca a intenção inicialmente consciente e codificada da comunicação entre emissor e receptor” (Id. Ibid.: 19), Barbosa está pensando o processo comunicativo como pura transmissão de informação de uma fonte ao receptor no interior de um código já firmado, institucionalizado, onde a cada expressão corresponde um conteúdo. O processo comunicativo é, assim, tautológico, dado que nada que esteja fora de uma compreensão prévia dos interlocutores pode ser comunicado. Deste ponto de vista, temos o fim da comunicação - fim das descobertas, das invenções, das novidades, das inferências. Temos também a recepção compreendida como espaço onde são formuladas as *respostas desejadas e programadas pelo emissor* (p.19).

Segundo seu raciocínio, só há comunicação porque há um *código comum* (“materializado em signo”, nas suas palavras) que, enquanto sistema de possibilidades prefixadas, permite o intercâmbio de mensagens. É o uso do código que permite o acesso ao conteúdo de uma mensagem. A questão é que Barbosa não vê nenhuma possibilidade de que o receptor atribua significados diferentes às mensagens conforme o código que aplica, já que o código, para ele, implica sempre em um esquema fechado, cerceador da imaginação e da expressão verdadeira do *eu*.

Umberto Eco nos lembra, contrariamente, que na vida cotidiana, os códigos são fixados com antecedência, visando diminuir as distâncias entre mensagem e conteúdo e que na comunicação estética “a mensagem é propositalmente ambígua justamente para



estimular o uso de códigos diferentes” (1984: 170/171) por parte daqueles que entrarão em contato com a obra de arte. “Se na comunicação cotidiana a ambigüidade é excluída e na estética é proposital, nas comunicações de massa a ambigüidade, ainda que ignorada, está sempre presente” (Id.Ibid.: 171). As interpretações discordantes são, segundo Eco, a lei constante da comunicação de massa.

Apontamentos para análise dos telejornais

Muito do prestígio e do poder da televisão no Brasil está associado ao sucesso dos telejornais sendo seus melhores exemplares o *Repórter Esso* e o *Jornal Nacional*. Desde o primeiro telejornal levado ao ar no Brasil, *Imagens do dia*, na TV Tupi de São Paulo, em setembro de 1950 podemos identificar as modificações nos recursos de linguagem. As dificuldades técnicas encontradas no início da televisão obrigavam os telejornais a adotar o formato de transmissão direto do estúdio de gravação, quase sem coberturas externas e com uma linguagem próxima do radiojornalismo. Os textos eram curtos e a locução copiava o estilo dramático da locução radiofônica. "Visualmente, todos os telejornais eram parecidos: uma cortina de fundo, uma mesa e uma cartela com o nome do patrocinador. O mais famoso de todos era o 'Repórter Esso'" (Barbosa Lima. 1985:9)

Ainda que apresentado por gente que vinha do rádio, o *Repórter Esso* foi o primeiro a implantar uma certa modificação nesse estilo, já que o forte apoio do anunciante possibilitou um acordo com a agência de notícias norte-americana United Press International e "proporcionou a libertação da narração exclusivamente oral e o uso mais freqüente de matérias ilustradas" (Rezende. 2000, 107).

Em 1962, o *Jornal de Vanguarda*, exibido pela TV Excelsior implicou uma reviravolta na concepção de telejornalismo que se tinha no país, ao introduzir a participação de jornalistas como produtores e a participação de cronistas especializados como apresentadores das notícias. Diferentemente do que se tinha antes, a maior parte dos colaboradores do *Jornal de Vanguarda*, não vinha do rádio, mas do impresso (João Saldanha, Villas-Bôas Correia, Stanislaw Ponte Preta). Os locutores eram Luís Jatobá e Cid Moreira e, para marcar a ênfase no material jornalístico produzido, o estilo de locução foi alterado, numa tentativa de substituir a emocionalização pela objetividade jornalística. Ainda assim, não havia alteração significativa no uso da imagem e seu potencial jornalístico.

O surgimento das transmissões por satélite e das emissoras em rede possibilitaram a criação do *Jornal Nacional*. A pretensão de ser um elemento de integração nacional, a ênfase em possibilitar o maior acesso possível dos cidadãos brasileiros e o momento político de seu surgimento farão com que a imagem seja privilegiada, às vezes até em detrimento da notícia (do texto). Entendida como "linguagem universal", aperlar-se-á à imagem como o diferencial no jornalismo de televisão, modificando, inclusive os critérios de seleção da notícia: em televisão, vai ao ar a notícia que tiver a melhor imagem.

A TV Tupi irá introduzir ainda outra modificação no telejornalismo brasileiro. O *Rede Nacional de Notícias*, levado ao ar nos anos 70, inovou no cenário: os locutores



apareciam em primeiro plano e uma sala de redação compunha o ambiente de fundo. Mas foi na TV Cultura de São Paulo que surgiu uma das principais modificações no formato dos telejornais brasileiros.

"A *Hora da Notícia* não tinha grande preocupação com a forma, nem obedecia a um padrão específico, mas todos os assuntos que abordava tinham forçosamente uma ligação direta com o telespectador... O telejornal dava prioridade ao depoimento popular... Essa mentalidade editorial ... teve uma resposta positiva do público, que colocou o programa como líder de audiência da TV Cultura (...) Além de dar também vez ao depoimento popular, o telejornal valorizava o trabalho do repórter, atribuindo-lhe, independentemente dos requisitos de aparência e voz bonita, a tarefa de divulgar as notícias. Com essa opção editorial, o noticiário ganhava mais credibilidade..." (Rezende. 2002, 112).

Com esta breve recuperação histórica do telejornalismo brasileiro, pretendemos mostrar como a análise da história cultural do telejornal, buscando apreender os gêneros, os formatos e as práticas de recepção solicitadas ao longo dos últimos 50 anos de telejornal no Brasil, pode ser útil à produção de uma metodologia de investigação da recepção no modo como pretendemos. Acreditamos que a compreensão da história cultural do telejornal pode nos ajudar a compreender as relações entre o estudo dos telejornais propriamente ditos e do telejornalismo de modo geral, a análise dos suportes para sua transmissão e suas práticas de recepção, uso, interpretação.

Por outro lado, a maior parte da produção sobre telejornalismo se constitui em manuais de produção e técnica. Quando se analisa a linguagem no telejornalismo, não se vai muito além de apontar suas afinidades com o cinema, numa espécie de genealogia dos meios, e o que essa afinidade implica em termos de se privilegiar o uso da imagem em movimento. Não se vai muito além de uma descrição da linguagem falada e de como, na TV, se deve optar por uma linguagem mais próxima do coloquial possível, reproduzindo "o modo como as pessoas conversam normalmente" (Squirra. 1990, 54). Ou a elaborar uma espécie de tipologia da programação e dos gêneros.

Embora haja uma certa confusão na identificação de gêneros e formatos no telejornalismo, em geral a tradição de investigação sobre o jornalismo reconhece a existência de pelo menos quatro gêneros, o *jornalismo informativo*, o *jornalismo opinativo*, o *jornalismo interpretativo* e o *jornalismo diversional* (cf. Marques de Melo. 1985; Rezende. 2000). No telejornalismo, pertencem ao gênero informativo cinco formatos: *nota*; *notícia*; *reportagem*; *entrevista*; *serviço*. Pertenceriam ao jornalismo opinativo os formatos *editorial*, *comentário*, *resenha*, *crônica*, *caricatura*. O jornalismo diversional ficaria por conta das notícias de interesse humano e dos *fait divers*. No interpretativo estariam a *enquete*, o *perfil*, *dossiê* e *cronologia*.

Nossa preocupação, ao analisar os telejornais, será responder à pergunta: Que configurações assumem os telejornais em contextos sociais, históricos e culturais específicos e como essas configurações "solicitam" seus telespectadores? Análise das estratégias de construção dos telejornais (análise de suas formas materiais, das suas configurações internas, dos dispositivos técnicos, visuais e discursivos que organizam sua recepção), visando compreender as especificidades do *telejornal* como uma



variação do *gênero programa jornalístico*, uma variação específica dentro da programação televisiva, a partir da análise dos diversos formatos que o compõem e do modo como esse gênero demanda a *competência cultural* dos seus telespectadores. Mas esse é um processo que apenas se inicia e o que pretendemos, por ora, é submeter nossas primeiras intuições a esta comunidade.

Referências Bibliográficas

- BARBERO, Jesús Martín. "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social" **in** SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*, São Paulo: Brasiliense, 1995, 39-68;
- BARBERO, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia*, México, Gustavo Gilli, 1987, 300pp;
- BARBOSA LIMA, Fernando. "Nossas câmeras são os seus olhos" **in** BARBOSA LIMA, F., PRIOLLI, G., MACHADO, A. *Televisão e Vídeo*, SP, Jorge Zahar Editor, 1985,7-18;
- BARBOSA, Ivan Santo. "Sexualidade na Comunicação" **In** *Revista Comunicação & Política*, Ano XI, nº 16, SP, CBELA, 1992, 19-24;
- ECO, Umberto. *Lector in Fabula* (Trad. de Atílio Cancian), São Paulo: Perspectiva, 1986, 219pp.;
- ECO, Umberto. *Obra Aberta. Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas* (Trad. de Giovanni Cutolo), 8ª, São Paulo: Perspectiva, [1962]1991b, 284pp;
- ECO, Umberto. *Os Limites da Interpretação* (Trad. de Pérola de Carvalho), São Paulo: Perspectiva, 1995, 315pp. (Coleção Estudos);
- ECO, Umberto. *Semiótica e Filosofia da Linguagem* (Trad. de Mariarosaria Fabris e José Luiz Fiorin), São Paulo: Ática, 1991, 304pp.;
- HALL, Stuart. "Encoding/Decoding" [1973] **in** DURING, Simon (Ed.) *The Cultural Studies Reader*, 4ª, London: Routledge, 1997, 90-103;
- JENSEN, Klaus Bruhn & ROSENGREN, Karl Erik. "Cinco tradiciones em busca del público" **in** DAYAN, Daniel (Comp.). *En busca del público. Recepción, televisión, medios*, Barcelona: Ed. Gedisa, 1997, 335-370;
- MORLEY, David. "La recepción de los trabajos sobre la recepción. Retorne a *El Público de Nationwide*" **in** DAYAN, Daniel (Comp.) *En busca del público. Recepción, televisión, medios*, Barcelona: Editorial Gedisa, 1997, 29-48;
- MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales* (Trad. de Alcira Bixio), Buenos Aires: Amorrortu Editores, [1992]1996, 445pp;
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias" **in**: *Comunicación y Sociedad*, nº10/11, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Univ. de Guadalajara, 1991a, 107-128;
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños" **in** *Revista Brasileira de Comunicação*, SP, Intercom, AnoXIV, nº.64, 1991c, 08-19;
- PAREYSON, Luigi. *Estética. Teoria da Formatividade* (Trad. de Ephraim Ferreira Alves), Petrópolis: Vozes, 1993, 326pp.;



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética* (Trad. de Maria Helena Nery Garcez), São Paulo: Martins Fontes, 1989,180pp.;
- PENTEADO, Heloísa Dupas. *Televisão e Escola: conflito ou cooperação?*, SP, Cortez, 1991,175pp;
- REZENDE, Ana Lúcia M. de & REZENDE, Mauro Borges de. *A TV e a criança que te vê*, SP, Cortez, 1989,101pp (Biblioteca da Educação. Série 5. Estudos de linguagem ,V.2);
- REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil*. Um perfil editorial, SP, Summus Editorial, 2000, 289pp;
- SQUIRRA, Sebastião. *Aprender Telejornalismo*, SP, Brasiliense, 1990,187pp.