

O ponto de vista  
de telespectadores  
quanto às funções de  
informação, legitimação  
e entretenimento do  
telejornalismo.

Uma crítica do livro *Making Sense of the News*, de Klaus Bruhn Jensen

*Itania Maria Mota Gomes\**

JENSEN, Klaus-Bruhn. *Making sense of the news*. Towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication. Aarhus/Denmark: Aarhus University Press, 1986. 392pp.

*Making Sense of the News* é um dos raros estudos sobre recepção de telejornalismo realizado nos marcos dos estudos culturais. Em 2006 completam-se 20 anos de sua publicação, mas a obra é quase

---

\* Itania Maria Mota Gomes (itania@ufba.br) é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA e pesquisadora do CNPq. Coordena o grupo de pesquisa de Análise de Telejornalismo, registrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq.

desconhecida no Brasil. Neste livro, Klaus Bruhn Jensen propõe um amplo modelo teórico-metodológico de análise de recepção, a partir da teoria da comunicação. O conceito-chave para o estudo é o de produção de sentido. Os receptores são considerados produtores de sentido, mas, ao mesmo tempo, Jensen procura identificar as origens sociais do sentido tanto nas instituições sociais quanto nas formas culturais tradicionalmente assumidas pelo telejornalismo. O processo de produção de sentido é examinado num estudo empírico de recepção do telejornalismo nos Estados Unidos.

...Produção de sentido é um processo continuado que guia e torna coerente nossas atividades na realidade social. Em termos menos abstratos, produção de sentido é uma parte inextricável da vida cotidiana, não apenas na área da mídia e da cultura; impregna a atividade política, o local de trabalho e a casa, e serve para definir o que é apropriado em cada uma dessas áreas (p.15-16) <sup>1</sup>.

A principal motivação do projeto foi o desejo de compreender como telespectadores interpretam e usam o telejornalismo, tomado como uma das principais fontes de informação das sociedades contemporâneas, o que torna o conhecimento sobre seu uso relevante para a discussão de políticas de comunicação, especialmente para o planejamento e diferenciação dos canais de notícia no futuro. Numa perspectiva engajada, própria dos estudos culturais dos anos 80, Jensen considera que as formas de consciência associadas ao consumo midiático são importantes para os estudos de Comunicação tanto do ponto de vista metodológico quanto do ponto de vista político. No primeiro caso, "a teoria da comunicação deve levar em conta o ato de interpretação se quiser explicar como ideologias políticas e valores culturais são processados e incorporados na vida cotidiana dos receptores" (p.14). Do ponto de vista político, "as percepções da audiência sobre os conteúdos midiáticos podem vir a se constituir em importantes argumentos na formulação de políticas de informação" (p.14). Coerentemente, o último capítulo do livro é dedicado a indicar alguns objetivos estratégicos das políticas de comunicação.

Dado o quase completo desconhecimento da obra, e em boa medida também do autor, no Brasil, nossa crítica será acompanhada de uma descrição, com algum pormenor, dos aspectos centrais do

estudo. Nossa maior atenção, no entanto, concentra-se sobre o que consideramos seja a principal contribuição da obra, seu desenho teórico-metodológico. À guisa de conclusão, retomamos os aspectos de maior atualidade da obra e relacionamos o estudo com o percurso intelectual de Jensen, indicando que preocupações de pesquisa do *Making Sense of the News* se perpetuam em sua trajetória intelectual e se vinculam às suas inquietações epistemológicas, teóricas, metodológicas e, certamente, políticas. Com isso, esperamos contribuir para a divulgação, ainda que tardia, desse importante estudo de recepção de telejornalismo e chamar a atenção da comunidade científica brasileira para as contribuições deste que entendemos seja um dos investigadores contemporâneos mais interessantes para a discussão sobre recepção, por seu permanente esforço de articulação entre as investigações sociológicas e as investigações sobre o texto <sup>2</sup>.

## O modelo teórico-metodológico

O modelo teórico-metodológico é, sem dúvida, o ponto forte da obra e aquilo que a torna atual, mais que os achados da pesquisa empírica, ainda que eles tenham sua importância. O projeto de investigação se relaciona a várias disciplinas, particularmente a análise do discurso e a sociologia. “Mas a *perspectiva* na qual o projeto foi formulado é aquela dos estudos culturais” (p. 17) e o conceito central é o de produção de sentido. A escolha mesmo do termo recepção implica a ênfase na produção de sentido, já que, para Jensen, o termo “denota aquela produção de sentido que se origina na audiência; se refere à interação entre a audiência e a mensagem em sua completude...” (p. 15). A análise de recepção é compreendida por Jensen como uma metodologia interdisciplinar que acolhe contribuições das ciências humanas, particularmente daquelas que se dedicam à análise dos textos midiáticos, e das análises sociológicas da audiência<sup>3</sup>. Nesse sentido, metodologias de investigação da recepção devem produzir uma análise comparativa dos discursos dos meios e dos discursos da audiência, tal como aparecem documentados em entrevistas, notas de observações diretas, diários de campo.

O autor realiza um percurso que toma em consideração a análise de conteúdo de alguns programas jornalísticos estadunidenses, a análise da notícia como um gênero, o que implica considerar o telejornalismo como instituição social e forma cultural, e a investigação empírica da produção de sentido que se origina na audiência, que se refere às observações que os telespectadores fazem sobre o telejornalismo.

Tomar o conceito de produção de sentido como a base fundamental do estudo tem duas conseqüências: considerar a notícia como uma *construção* e estudar o processo de recepção em seu contexto social. Em Jensen, isso assume uma configuração pouco explorada pelos estudos empíricos de recepção. Na maioria dos estudos de recepção que se seguiram, levar em consideração o contexto significou levar em consideração as situações imediatas da recepção, o que quase sempre significava uma descrição do ambiente doméstico<sup>4</sup>, enquanto para o autor, explorar o processo de recepção da notícia em referência a seu contexto implica uma consideração da notícia como forma cultural e instituição social – o que o leva à concepção da notícia como gênero. “O pressuposto será que a informação midiática é simultaneamente produção e produto de um sistema de sentidos culturais. Os sentidos tomam a forma de um código cultural e são configurados em várias instituições sociais” (p.17).

O modelo identifica três lugares onde a notícia é produzida – a instituição notícia, o gênero notícia e a audiência – e detalha modos de estudar a audiência da notícia empiricamente. A instituição notícia estabelece uma forma de comunicação social característica e, assim, supõe certos usos para as notícias, mas ela não predetermina os usos. O gênero notícia apresenta a informação como uma forma de conhecimento, e esta forma também implica certos usos, sem no entanto determiná-los. A audiência atua sobre o sentido potencial que é inerente à notícia como de forma de comunicação e de conhecimento, e o atualiza (p.27-28).

## O jornalismo como instituição

O jornalismo é uma construção social, no sentido de que se desenvolve numa *formação* econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. A concepção de

que o jornalismo tem como função institucional tornar a informação publicamente disponível e de que o que faz através das várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas<sup>5</sup>. Entretanto, deve-se reconhecer que o jornalismo se configura como uma instituição social *de certo tipo* nas sociedades ocidentais contemporâneas e que essa configuração implica a expectativa – social, histórica - de que o jornalismo deve cumprir determinadas funções sociais e políticas. Para Jensen, no modelo estadunidense, o jornalismo é, ao mesmo tempo, uma instituição da esfera pública e um negócio privado, ele é orientado por uma lógica econômica e política. De um lado, implicações sobre a noção de debate público e vigilância pública; a perspectiva liberal sobre o papel democrático da mídia; a noção de quarto poder, em que estão implícitos a autonomia da imprensa em relação ao governo, o direito à liberdade de expressão e o compromisso com o interesse público; o caráter público ou privado da empresa jornalística. De outro, a sustentação econômica do negócio, a vinculação com a publicidade e a necessidade de garantir ampla audiência. Nesse caso, a estruturação da oferta de produtos televisivos em torno de uma *programação* e a noção de *fluxo* são cruciais e se associam ao entretenimento na busca por uma audiência de massa. O fundamental é que “ a experiência que a audiência tem da notícia é em alguma medida moldada pela forma notícia, que tem sua origem no compromisso entre a necessidade de ser economicamente lucrativa e a necessidade de atrair a audiência” (p.41).

O caráter de construção do jornalismo e a lógica política e econômica que o regula evidenciam-se na legislação, na estruturação das organizações jornalísticas e nas rotinas profissionais. Em relação à legislação, por exemplo, Jensen chama a atenção de que, nos Estados Unidos, entre a liberdade de expressão e a liberdade de empresa, a Suprema Corte ficou com a segunda, o que tem por consequência uma forte restrição ao acesso do público aos meios de comunicação (cf. p. 38).

## A notícia como gênero do discurso

O jornalismo é também uma construção no sentido de que é uma forma cultural. Em Jensen a forma cultural do jornalismo é a *notícia* compreendida como um gênero discursivo. A notícia é discurso e, como tal, um conjunto de convenções que ajuda a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida e no interior do qual fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento.

Para Klaus Bruhn Jensen

um gênero é uma forma cultural que apresenta a realidade social em uma perspectiva própria e, ao fazer isso, implica formas específicas de percepção e usos sociais do conteúdo. Assim, o gênero estabelece um modo de comunicação ou, mais especificamente, uma situação comunicativa, entre o emissor e o destinatário (p.50).

Seguindo Raymond Williams (1979, p. 179-184), Jensen propõe que a definição da notícia como um discurso leve em conta três aspectos: a *posição*, o *assunto adequado* e o *modo de composição formal* <sup>6</sup>.

Com *posição* do autor em relação ao seu material, que na literatura tem sido tradicionalmente definida como narrativa, dramática e lírica, Jensen se refere a um modo de organização básica que determina um tipo particular de apresentação dos conteúdos. A *posição* tem a ver não apenas com o modo como o autor aborda um tema, mas também com os objetivos retóricos daquela abordagem em relação à audiência. O que o conceito de *posição* enfatiza é que qualquer texto é sempre uma comunicação socialmente situada.

No caso do gênero notícia, a posição que é projetada enfatiza o papel do jornalista como um observador independente, sua apuração dos fatos sociais, a contraposição de pontos de vista e assim por diante. Simultaneamente, o leitor/telespectador é posicionado como um receptor de informações reais, confiáveis, presumivelmente relevantes num sentido político mais amplo (p. 50).

O *tema apropriado* de diferentes gêneros varia enormemente. O tema do gênero notícia, no modelo de jornalismo estadunidense, “deriva da noção de esfera pública e sua implícita separação das

esferas sociais” (p.50) e sugere que a notícia é uma forma de comunicação socialmente orientada, em acordo com a lógica política e econômica que a regula. A questão dos temas abordados pelo jornalismo e do modo de abordá-los tem sido objeto de grandediscussão nos estudos culturais. John Hartley (2001, p. 38-39), por exemplo, sugere que ainda que esperemos que as notícias sejam sobre os acontecimentos sociais mais relevantes, o que temos, de fato, é uma categorização que antecipadamente enquadra esses acontecimentos: política, economia, política externa, acontecimentos locais, esportes e o que ele chama de histórias ocasionais (*fait divers*, notícias sobre celebridades, etc.). Essa categorização constrói um quadro conceitual em que os eventos são interpretados e são um dos principais mecanismos de controle da produção de sentido que encontramos nos telejornais: “percebemos e interpretamos o mundo em termos parcialmente derivados das classificações que se tornaram familiares no jornalismo” (HARTLEY, 2001, p. 5).

A notícia tem também um *modo de composição formal* característico. “Descrições de gênero tendem a enfocar este aspecto, já que ele é diretamente acessível para análise e, de fato, a notícia tende a ter uma composição regular e característica, como qualquer consumidor de notícia já sabe” (p.51).

A *posição*, o *assunto adequado* e o *modo de composição formal* da notícia como um gênero são configurados historicamente e podem ser compreendidos, segundo Jensen a partir dos seguintes aspectos: a notícia como forma de conhecimento, a notícia como comunicação, os critérios de noticiabilidade e a estrutura da notícia. Diferentemente de outras formas de conhecimento, a notícia só pode oferecer um tipo mais incidental de familiaridade com mundo (cf. PARK, 1940): “a notícia somente pode dar conta de eventos isolados e sua combinação incidental tende a resultar numa particular construção da realidade” (p. 52). No entanto, supostamente, esse conhecimento casual é de fundamental importância para a participação política e a coesão social.

Esta concepção de notícia como forma de conhecimento específica, ou de familiaridade com o mundo, baseada na noção de

atualidade, permite perceber a *posição* característica do gênero, uma vez que tanto jornalistas quanto receptores são posicionados, respectivamente no fazer jornalístico e nas suas expectativas em relação a ele, a partir dessa concepção. “Um gênero é uma forma social de conhecimento cuja estrutura sugere certas formas de experiência e certos usos para a mensagem” (p.119).

Ao mesmo tempo, isso nos remete à consideração de que a notícia estabelece uma determinada situação comunicativa, que envolve a fonte de informação, o canal no qual a informação é transmitida e a posição da audiência em relação a essa informação. Essa situação comunicativa é regulada pela expectativa de que a notícia seja recente (o que não necessariamente significa que o acontecimento seja recente, mas que o discurso da fonte o seja), seja imediata (quando a informação se torna disponível, ela deve ser publicizada o mais rapidamente possível, o que nos remete ao meio em que a notícia é transmitida), e de que seja atual (o que tem a ver com a sua relevância para a audiência). Para o autor, os critérios de noticiabilidade ajudam a decidir o que é o tema apropriado da notícia. “Em geral, os critérios tendem a reproduzir a imagem da sociedade que emana do modelo da esfera pública: a separação da vida social em esferas e uma forte ênfase no papel regulatório da representação política” (p.55).

Jensen sugere analisar a estrutura da notícia televisiva ou, na terminologia de Williams, seu *modo de composição formal*, em três diferentes níveis: “o nível da seqüência total dos textos da notícia em, por exemplo, um programa de TV; o nível do texto individual da notícia; e o nível dos elementos sub-textuais. Cada um dos níveis serve para caracterizar a notícia como um gênero” (p.56). Em relação à estrutura do programa, o autor chama a atenção para a sua fragmentação, uma demanda dos constrangimentos econômicos - a necessidade de vender os espaços comerciais - que termina por implicar a premissa de que a notícia opera como uma apresentação breve de informação atualizada. Também no nível dos textos individualmente considerados, a notícia opera com um alto grau de regularidade: “um dos traços mais óbvios desta regularidade é a



organização da história, especialmente o uso do lead e da pirâmide invertida” (p. 57). No nível dos elementos sub-textuais, o autor chama a atenção para três características-padrão da linguagem jornalística: objetividade <sup>7</sup>, imparcialidade e clareza.

A esses elementos, então, se somam aqueles que seriam mais específicos da notícia televisiva, a *visualidade* e o *formato*. O formato preferencial dos programas jornalísticos é aquele no qual as informações são organizadas visual e temporalmente por um apresentador que, através da tela, se endereça diretamente à audiência. Ao fazer isso, o apresentador funciona como uma força unificadora, que integra as diferentes histórias num fluxo coerente e torna-se o principal elemento do modo de endereçamento do programa.

Em outras palavras, o gênero notícia televisiva consiste num conjunto de discursos, e o papel do/da âncora <sup>8</sup> é mediar esses discursos e organizá-los. Ao fazer isso, o/a âncora simboliza o status da organização jornalística e a qualidade do relato jornalístico, e projeta uma posição específica para si mesmo e para o receptor... Assim, o/a âncora ajuda a neutralizar a fragmentação do gênero notícia e, ao menos potencialmente, assegura ao telespectador que a ordem dos acontecimentos na realidade social torna-se controlável dentro da lógica do discurso jornalístico (p.65-66).

No telejornalismo, o componente da imagem faz muita diferença. Jensen coloca ênfase na questão da credibilidade, de como as imagens da cobertura televisiva reforçam a expectativa de objetividade e imparcialidade, e nas convenções jornalísticas que regulam a imagem jornalística. A variedade de imagens oferecidas aparece também como um forte apelo para a audiência e, de modo a manter o telespectador preso no fluxo televisivo, no telejornalismo as imagens são estruturadas de acordo com a estética de produção de mercadoria. Além disso,

...em princípio, o gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação. Para a audiência, essa convenção de gênero contribui para a potencial heterogeneidade da experiência com o jornalismo. Qualquer que seja sua justificação econômica ou organizacional, a convenção resulta numa estrutura de mensagem que é relativamente aberta a um leque de interpretações (p.65).

## A interpretação e os usos da notícia pela audiência

Vimos que as características sociais, econômicas e políticas da instituição jornalismo delimitam específicas funções e usos sociais para a informação. Vimos também que “o gênero notícia tende a colocar o receptor numa determinada posição” (p.73), que pressupõe certo conhecimento ou familiaridade com as características do discurso jornalístico - com a *posição*, o *assunto adequado* e o *modo de composição formal* da notícia - e igualmente certa aceitação da configuração assumida pelo jornalismo numa dada formação social e cultural.

Considerando esses dois aspectos, mas também o fato de que o receptor é, num sentido amplo, produto da estrutura social que o cerca, Klaus Jensen entende que a análise de recepção de jornalismo deve voltar-se duplamente para a interpretação da notícia e para os usos sociais da informação jornalística. Segundo o autor, para a teoria da recepção a questão não deve ser o sentido potencial ou virtual de uma dada mensagem, o sentido potencial de um programa jornalístico televisivo, mas o sentido atual, concreto, tal como interpretado pelos receptores. Aqui Jensen recorre ao conceito de *atualização* ou *concretização*<sup>9</sup> que Wolfgang Iser vai buscar em Roman Ingarden, mas rejeita a perspectiva imanente, em que as reações do leitor seriam predeterminadas pelas estruturas de apelo.

Iser compreende a atualização como um processo de preenchimento dos vazios do texto, e ademais, do leitor se espera, idealmente, que permita que o sentido textual fale através dele, sem permitir que suas preferências ideológicas aflorem. A atribuição de um papel tão limitado e decididamente normativo ao leitor é uma premissa inaceitável para uma descrição empírica, analítica, dos usos dos media... O texto da notícia contém um sentido potencial que é, de fato, aberto à descrição estrutural e à interpretação estética do analista, mas é o papel do receptor como um agente de atualização que torna a notícia de interesse para a realidade social. Certamente, as atualizações devem ser explicadas com referência às características textuais, tais como as convenções do gênero, e as características de experiências ou de contexto do receptor, ainda que seja nas atualizações que essas características convirjam e se tornem acessíveis para posterior análise e interpretação (p.82-3).

Um problema fundamental para a pesquisa de recepção é compreender em que momento do processo comunicativo a atualização se realiza. Certamente, o lugar da atualização não pode ser identificado com a entrada no processo comunicativo concebido ao modo da correia de transmissão. Jensen compreende o processo de recepção como um processo contínuo, composto por momentos ou etapas nas quais o sentido é produzido, e é em cada uma dessas etapas que a atualização se dá. Numa perspectiva teórico-analítica, cada reprodução de dada mensagem pelo receptor é um elemento do contexto social, um momento de atualização, e deve ser estudada enquanto tal. Por exemplo, a lembrança de uma matéria é a atualização de um sentido potencial, que acontece de uma determinada forma e num contexto em que tal lembrança se torna relevante. Em essência, atualização ou interpretação "é sempre parte de uma prática social" (p.83).

A pesquisa realizada por Jensen se afina, então, com os estudos de recepção realizados na esteira dos trabalhos de Stuart Hall (1997) e David Morley (1999), sobre a codificação/decodificação dos discursos televisivos. Publicado apenas seis anos após a publicação de *The Nationwide Audience*<sup>10</sup>, *Making Sense of the News* em alguma medida segue aquele estudo pioneiro, mas o amplia na medida em que enfatiza a questão da produção de sentido e a importância das convenções de gênero. Para a investigação sobre a recepção da notícia televisiva, Klaus Jensen realiza algumas revisões dos estudos de Morley. Em primeiro lugar, Jensen parece acompanhar as críticas que o próprio Morley fez, posteriormente, ao conceito de decodificação (MORLEY, 1992), tanto na perspectiva de que a idéia mesmo de decodificação remete ao modelo matemático da comunicação e, portanto, carrega consigo a tendência a colocar ênfase tanto na intencionalidade dos emissores, quanto na passividade dos receptores. Por mais que o conceito seja ampliado, é difícil separar a noção de decodificação da noção de que a televisão se apresenta como um canal de transmissão de uma mensagem ou um 'sentido' predeterminado. Além do mais, o estudo resente-se da ausência de nitidez em relação à compreensão do que seja efetivamente

decodificação, pelo menos do que se entende por decodificação dentro dos Estudos Culturais, e que certamente não é o mesmo que entendia Shannon e Weaver, como uma identificação de sinais. Se se pretendia estender o conceito até levá-lo a funcionar como sinônimo de produção de sentidos, e acreditamos que é esse o entendimento de Morley, assim como o de Hall, melhor seria deixar claro que se estava tratando de um processo que envolve várias fases ou momentos que deveriam, por sua vez, ser concebidos como processos separados dentro do que se chama decodificação. Esse problema se associa a um outro, que diz respeito ao uso dos conceitos de *leitura preferencial* e *sentido socialmente originado*, que tende a enfatizar o grau de encaixe entre a mensagem e sua decodificação, se algum modo minimizando o processo ativo de interpretação e negociação do processo de produção de sentido.

Quando relacionado à recepção de telejornalismo, é preciso considerar também que a notícia deve ser tomada ao mesmo tempo como um relato da realidade social – e aqui importa estudar empiricamente a variedade de interpretações desse relato – e como um recurso que os indivíduos acionam numa variedade de situações sociais:

as interpretações da notícia televisiva variam não apenas em relação a certos códigos de compreensão que estão disponíveis para a audiência; elas também variam de acordo com as possíveis aplicações da notícia no contexto imediato de uso e no contexto social e político mais amplo (p.100).

Nesse sentido, a interpretação da notícia não deve ser descolada do uso da notícia. Jensen destaca esses dois usos potenciais da notícia, tal como aparece na bibliografia de referência da área, marcadamente naquela relacionada aos usos e gratificações: a notícia como um relato (account) que promete dar conta de uma determinada realidade social e a notícia como um recurso (resource) que habilita os receptores à atuação política (cf. p.67). Resultados de pesquisas empíricas anteriores, independentemente de seu viés teórico-metodológico (Jensen se refere tanto a trabalhos realizados no marco da corrente dos usos e gratificações quanto na perspectiva da teoria crítica), evidenciam que os media fornecem aos indivíduos informação sobre a estrutura

social; servem para explicar e legitimar a estrutura social e o lugar do indivíduo nela; e oferece meios de escape da realidade social. Tais usos ou funções da notícia podem ser, então, concebidos em termos de cognição, identidade pessoal e diversão.

Essas qualidades da notícia, tal como experimentadas pelos telespectadores, serão exploradas empiricamente por Jensen em termos de *informação*, *legitimação* e *entretenimento* <sup>11</sup> e serão analisadas não em consideração a um programa específico, mas ao gênero notícia concebido como uma forma de conhecimento. A função de *informação* se refere à transmissão de acontecimentos, imagens e qualquer conteúdo que contribua para o conhecimento ou a percepção da realidade, em especial aquele conhecimento que habilita o receptor a estabelecer uma conexão entre as notícias e sua própria vida cotidiana. *Legitimação*, por seu turno, se refere duplamente a em que medida a televisão pode ser considerada como uma fonte de informação social e em que medida a audiência à TV legitima o telespectador como parte de uma ordem social mais ampla. De modo mais específico, Jensen procura compreender como os receptores percebem a legitimidade da notícia televisiva como um relato da realidade social e uma conexão entre o indivíduo e a ordem social. *Entretenimento* é relacionado àquela capacidade de desviar a atenção dos telespectadores da realidade social, e em geral se relaciona ao uso das imagens e dos efeitos visuais, mas também à postura dos apresentadores dos programas jornalísticos.

*Making Sense of the News* é um estudo de recepção do telejornalismo que se propõe a explorar empiricamente como e em que medida a prática de assistir programas jornalísticos televisivos pode ser concebida como um meio de colher informações visando a certos usos sociais. Uma das principais questões do autor é compreender como as audiências empregam as notícias como fonte para a atuação política no dia-a-dia. Como vimos, Jensen opta por trabalhar com o conceito de decodificação, tal como desenvolvido por Stuart Hall e David Morley, mas amplia a investigação para além da decodificação de programas isolados e enfatiza o papel que o gênero notícia pode desempenhar como um recurso na vida social dos receptores.

## A investigação empírica

O estudo se realiza nos Estados Unidos e toma por base três categorias de organizações jornalísticas, uma emissora local comercial, uma emissora local pública e uma rede nacional. Em cada uma dessas categorias, foi escolhido um programa, que teve quatro edições gravadas, entre setembro e outubro de 1983, e submetidas à análise de conteúdo. Um total de 12 edições jornalísticas foi utilizado. Os programas foram gravados e analisados. Cada edição era exibida no dia seguinte para em média dois entrevistados, em sessões individuais. A entrevista se realizava logo em seguida à exibição. Foi solicitado aos entrevistados que não assistissem qualquer tipo de programação jornalística no dia anterior à realização da entrevista.

Jensen adotou o procedimento de gravar os programas e analisá-los entre sua transmissão e a exibição para os entrevistados. Entretanto, as análises dos programas não são apresentadas no livro, o que é justificado pelo autor pelo fato de que seu propósito não era identificar a leitura preferencial construída (cf. p.148), mas utilizar a análise dos programas para obter indicações sobre a estrutura do gênero notícia e, a partir daí, estruturar as entrevistas com os telespectadores. Jensen apresenta apenas um espelho da estrutura dos programas em apêndice, descrevendo em palavras-chave três aspectos do programa: o assunto de cada notícia apresentada, os formatos de apresentação da notícia utilizados (por exemplo, se reportagem, nota simples ou entrevista), e os recursos visuais utilizados (VT, gráficos). No corpo do texto, breves parágrafos de caracterização geral dos formatos adotados pelas três emissoras nos são oferecidos, com a descrição de aspectos tais como a duração de cada um dos programas – alguns tinham 30 minutos, outros 60 -, a ênfase em notícias locais, nacionais e internacionais, a presença ou ausência de informações meteorológicas ou de esporte e a quantidade e sexo dos apresentadores (cf. p. 148-150).

Certamente está aqui um dos principais limites da abordagem empírica do *Making Sense of the News*. O autor afirma ter analisado os programas com a técnica da análise de conteúdo, sem nos oferecer

maiores referências sobre o emprego da técnica ou sobre os dados obtidos. Se já não fosse um problema utilizar a análise de conteúdo para identificar a estrutura de um gênero do discurso, Jensen além do mais não nos apresenta os resultados da análise, não podemos seguir seu método nem temos garantia dos achados em relação à estrutura do gênero.

As entrevistas são conduzidas de modo a explorar as convenções de gênero e as possíveis implicações dos programas sobre o contexto dos receptores. O status social, identificado sobretudo através do grau de escolaridade e nível cultural, foi a principal variável utilizada para composição da amostra e a entrevista em profundidade foi a técnica de coleta de dados adotada.

Jensen formou duas amostras de receptores, todos homens. No primeiro caso, uma amostra de doze professores universitários selecionados como representativos de receptores com alta formação escolar e alto nível cultural, de quem se presumia, com base na *gap-hypothesis*, que tivessem sido educados para obter informações de maneira crítica e ativa (p.151). No outro caso, um grupo também de 12 homens, empregados em vários postos (gráficos, eletricitas, contadores) da mesma universidade, com diferenciados graus de formação. Há duas hipóteses óbvias aqui: a) as funções ocupacionais e o nível de escolaridade são variáveis importantes no processo de recepção; b) diferenças de gênero sexual implicam preferências de gênero de programação. Segundo o autor, a opção por compor as amostras apenas com homens deveu-se à necessidade de reduzir a quantidade de variáveis a serem exploradas. Segundo Jensen, a pesquisa qualitativa de recepção deve se concentrar em poucas variáveis para a constituição da amostra, de modo a que seja possível relacionar de maneira mais segura a produção de sentido elaborada pelos receptores com as variações apresentadas, uma das principais dificuldades das pesquisas qualitativas. Os entrevistados foram selecionados a partir do rol de empregados da universidade onde Jensen realizava a pesquisa e contatados por telefone. Dos 24 entrevistados, 20 disseram assistir programas jornalísticos com alguma frequência, sempre que a rotina diária permitisse. Dois dos entrevistados eram

não telespectadores convictos, não só de telejornalismo, mas de TV, e outros dois não assistiam telejornalismo – um deles porque preferia utilizar o tempo livre com os filhos e outro porque afirmava que outras fontes de informação eram suficientes (cf. p.175).

As sessões de exibição do programa, imediatamente seguidas das entrevistas, foram realizadas em horário previamente combinado e em um espaço dentro da universidade. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas. O roteiro de entrevistas foi composto em três fases. A fase inicial apresentava questões gerais sobre os hábitos de consumo dos meios de comunicação e do papel do telejornalismo na rotina diária dos receptores – quais jornais, revistas, livros, programas de rádio, programas de TV, programas jornalísticos o entrevistado consome e com que frequência, que atividades desenvolve simultaneamente, com quem normalmente assiste TV e se há situações de conversação, se não assiste programas jornalísticos, por que? se assiste outros programas antes ou depois do telejornal. Os hábitos de audiência televisiva são explorados em mais detalhes. Na fase final, os entrevistados eram solicitados a comentar a entrevista e fornecer seus dados pessoais. Uma questão específica era sobre se os entrevistados teriam uma experiência diferente de audiência a partir dali, por causa da entrevista. A fase que concentrava as questões mais cruciais sobre a interpretação e uso das notícias ocupava o tempo intermediário da sessão. Essa fase se concentrava em três momentos, cada um deles dedicado a explorar a visão dos entrevistados sobre as funções do telejornalismo - informação, legitimação e entretenimento.

No aspecto da informação, os entrevistados eram perguntados sobre por que assistem programas jornalísticos, se o programa exibido é um típico programa jornalístico, por que? O roteiro também previa solicitar aos entrevistados que dessem sua opinião sobre as histórias relatadas no programa (se apresentavam informação nova, qual; se os entrevistados já tinham aquela informação, de que fonte; se já tinham um interesse anterior por aquele assunto), primeiramente deixando que o próprio entrevistado lembrasse de alguma notícia contida no programa, depois o entrevistador questionava



sobre outras notícias vistas. Uma questão especial se referia aos meios de informação utilizados pelo entrevistado.

No aspecto da legitimação, os entrevistados eram solicitados a comparar o programa assistido com outros programas jornalísticos de TV e de rádio e também com jornais e eram questionados sobre se percebiam diferenças nas notícias em diferentes meios, se tinham hábito de comparar as notícias de diferentes meios e veículos; qual o meio de maior credibilidade para o entrevistado; se o entrevistado percebeu se alguma opinião ou ponto de vista é defendido pelo programa assistido, qual, que exemplos; se aquela opinião tinha impacto sobre o próprio entrevistado ou as pessoas que assistiam ao programa; quem tem acesso aos programas telejornalísticos, no sentido se ser objeto da cobertura noticiosa; se o entrevistado alguma vez poderia estar no programa, como, por que; se o entrevistado quisesse que uma informação fosse dada num telejornal, como faria; como o entrevistado usa o conteúdo do programa (em termos de formação de suas opiniões políticas, impacto sobre suas decisões políticas e econômicas, sobre o consumo, nas situações de trabalho e nas conversas cotidianas); como o entrevistado analisa a cobertura jornalística, se percebe que há elementos ou notícias que ficaram de fora do programa ou se havia notícias supérfluas; se o entrevistado faria mudanças no programa, em termos da seleção das notícias ou da cobertura e em termos do formato de apresentação.

Em relação ao entretenimento, o roteiro previa tópicos que demandassem ao entrevistado suas observações sobre a cobertura em imagens, tanto videoteipes quanto gráficos e indicadores, incluindo sua preferência sobre notícias com ou sem imagens; se o entrevistado se concentrava melhor nas imagens ou no texto falado; quais os objetos típicos da cobertura da imagem jornalística (políticos, violência); quais os objetos atípicos de cobertura; que reações o entrevistado tem às imagens de violência, aos jingles e efeitos sonoros; quais as qualidades de um bom âncora. Jensen também perguntou sobre a pertinência de blocos comerciais dentro dos programas jornalísticos, sobre quais as similaridades entre a

notícia e os comerciais, sobre o que o entrevistado costuma fazer durante os blocos comerciais.

As questões são claramente formuladas de modo a explorar algumas concepções ou supostas qualidades do telejornalismo. Os entrevistados foram sucessivamente solicitados a fornecer exemplos de notícias que ilustrassem algum tópico mais geral e algumas questões centrais para Jensen, tais como a relevância do telejornalismo para a vida do telespectador e a credibilidade no telejornalismo ou no programa específico, foram abordadas em mais de um momento da entrevista. Na última parte da entrevista, antes de entrar na fase final dos dados pessoais, Jensen inseriu alguns tópicos mais provocativos sobre a falta de qualidade, a irrelevância do telejornalismo, a comparação com atividades mais importantes que assistir o telejornal, a associação entre telejornalismo e entretenimento de modo a forçar o entrevistado a argumentar mais aprofundadamente sobre as características do telejornalismo, as convenções do gênero e sua importância política e social.

Na concepção de Jensen, o texto resultante da transcrição das entrevistas não poderia ser tomado como uma *representação* (cf. p.156), quer seja da mensagem jornalística quer seja da experiência dos telespectadores com o telejornalismo, ele é um material através do qual o analista pode acessar analiticamente a produção de sentido elaborada no processo de recepção. É na análise que se torna possível identificar e interpretar o significado das declarações dos entrevistados, daí a importância, para o autor, da aproximação entre a pesquisa sociológica e os estudos da linguagem, já que estes podem fornecer ao analista as ferramentas de análise apropriadas para o tratamento dos textos produzidos pelos receptores.

Jensen submeterá os textos das entrevistas à análise do discurso, numa vertente que o autor aproxima da pragmática e que se propõe a estudar os padrões lingüísticos em referência às suas variações em função do contexto de uso da língua. Nessa perspectiva, os padrões lingüísticos dariam testemunho da construção social da realidade (cf. p.161-2). Na análise, Jensen dá atenção especial à coerência argumentativa, às pressuposições e às premissas implí-

citadas do discurso dos receptores. O objetivo principal das análises dos discursos dos receptores foi detectar padrões de argumentação característicos nos dois grupos de entrevistados, que pudessem oferecer indicações sobre as percepções dos entrevistados quanto às características do gênero notícia.

## Os resultados mais relevantes

Jensen organiza os resultados em termos das percepções dos entrevistados quanto às funções de informação, legitimação e entretenimento do telejornalismo e quanto às fronteiras entre essas funções. A função de *informação* é aquela que se refere à contribuição do telejornalismo para uma nova consciência ou conhecimento, especialmente daquele tipo que habilita os receptores a estabelecerem conexão entre as notícias e sua vida social e, a partir daí, a atuar política e socialmente. Os entrevistados, em geral, e em acordo com as expectativas sociais sobre o jornalismo, alegam a necessidade de *manter-se informados* sobre os acontecimentos do seu entorno social como uma razão para assistir aos programas jornalísticos. Mas o significado preciso dessa necessidade e suas implicações sobre a atuação política não é o mesmo para todos eles. Além do mais, apesar da alegada necessidade de manter-se informado, alguma incerteza a respeito da relevância da notícia televisiva é visível entre os respondentes – em especial quando está em discussão a possibilidade de vincular notícias internacionais com seu uso cotidiano (cf. p.185). A atribuição de importância a uma informação jornalística parece vincular-se tanto a pontos de referência públicos quanto privados - por exemplo, os interesses profissionais dos receptores. Assim, em alguns casos, a indicação das principais histórias sugere que algumas notícias podem oferecer uma outra perspectiva sobre acontecimentos e temas para a vida cotidiana dos receptores, ainda que muitas dessas histórias indicadas como as principais da edição exibida não estabeleçam essa relação.

Outro aspecto explorado por Jensen diz respeito a uma atitude mais ativa do receptor na obtenção de informações úteis para sua

vida social. De modo geral, os entrevistados tendem a se definir como consumidores ativos e conscientes da informação, como consumidores que buscam obter informação em diferenciados meios e justificam essa procura em razão da notícia televisiva se ocupar de informações que são necessárias no dia-a-dia e que, portanto, se tornam um recurso social e têm uma série de aplicações no cotidiano. No entanto, essa atividade parece reduzir-se ao consumo de vários meios, sem que isso implique um maior investimento na comparação ou verificação das informações obtidas. Ainda que muitos deles tenham se mostrado cautelosos quanto à credibilidade das informações veiculadas, os entrevistados não se mostraram habituados a comparar as notícias em diferentes meios. Aqui Jensen faz uma distinção entre o monitoramento de diferentes fontes de informação e a complementação de informações obtidas em diferentes fontes. Associado a isso, a busca e verificação das informações é justificada também por sua importância no contexto político mais amplo, por sua importância na formação da opinião política. No entanto, os exemplos concretos se referem quase que exclusivamente ao voto, deixando de lado outras formas de atividade política. “Em essência, as potenciais aplicações políticas da notícia são estreitamente definidas, com uma ênfase sobre o aspecto representativo da democracia política: a notícia contribui mais para a tomada de consciência que para a ação, exceto em relação ao voto” (p.195). Algo semelhante acontece com relação às informações econômicas. Jensen conclui:

A credibilidade dos meios jornalísticos é estabelecida no longo prazo, em relação com as experiências e interesses pessoais dos receptores e, em situações específicas de conflito de informação, são essas experiências e interesses que podem ser os fatores determinantes, menos que atributos gerais de um meio jornalístico específico (p.210).

Em sendo assim, também a busca e verificação das informações deveria ter sido analisada por Jensen nos mesmos termos. Talvez o que esteja em jogo não seja a verificação de cada informação em particular, mas a relação de confiança que se estabelece, ao longo do tempo, com o programa ou jornal preferido. Outro

aspecto associado a esse é que Jensen não parece fazer distinção entre a busca por informações e a busca por interpretações dos acontecimentos. Nesse caso, a relação de confiança nas interpretações oferecidas por cada veículo pode ter mais força que a verificação das informações e, então, seria fundamental explorar empiricamente como se estabelece essa relação de confiança, como as preferências e hábitos de audiência se relacionam com as preferências e hábitos na vida cotidiana mais ampla. Para isso, seria fundamental o recurso a outras técnicas de investigação, tais como as histórias de vida e outras ferramentas conceituais – algo a que Jensen se dedicará no futuro, com o desenvolvimento do conceito de *supertema*.

De todo modo, “a função de informação é aparentemente relativamente fraca” (p.207). Retoricamente, os entrevistados atribuem importância à informação e justificam o consumo de notícias, sobretudo políticas e econômicas, por sua relevância. Apesar disso, dão sinais de que a informação tem poucas aplicações num sentido político e social mais amplo e, ao contrário, se referem a aplicações incidentais, na conversação cotidiana, no consumo e, no caso dos professores universitários, como exemplos em sala de aula.

A função de legitimação se refere ao papel potencial da notícia televisiva como uma fonte legítima de informação social que pode integrar os telespectadores como parte de uma ordem política e comunicativa mais ampla. A idéia de manter-se informado sugere a importância de participar dessa ordem social. Jensen inicia a exploração da legitimidade do telejornalismo por sua comparação com outros media e com outros veículos. Num primeiro momento, não pareceu haver muita diferença: os entrevistados, embora se mostrassem conscientes de que pode haver erro, viés ou conflito entre as informações recebidas, além de não terem o hábito de verificar as informações, como vimos, também não disseram basear nessa verificação sua preferência por um ou outro media. Apenas quando mais incisivamente solicitados a escolher um meio jornalístico mais confiável é que os entrevistados expuseram suas preferências. Então, os professores universitários apresentaram

uma tendência a preferir os impressos em relação a outros meios, justificando sua preferência pela crença de que eles teriam mais tempo para preparar a notícia e para oferecer maior aprofundamento – o que Jensen relaciona ao background acadêmico dos entrevistados, com sua longa tradição baseada no texto impresso (p.208). Alguns entrevistados, no entanto, entre os professores universitários, disseram confiar mais na televisão e atribuíram sua preferência a dois fatores: a presença visual dos jornalistas, que conferiria um aspecto de relação face a face ao telejornalismo, e ao processo de seleção das informações (a TV tenderia a apresentar mais informações factuais e menos interpretação e opinião do que os jornais impressos, o que reduziria o espaço para o viés).

A pressuposição de que é possível uma informação factual isenta aparece de modo mais significativo entre os entrevistados do segundo grupo, que não mostraram preferência maior por qualquer meio jornalístico, alguns confiam mais no impresso, outros na televisão. No entanto, em pelo menos um dos entrevistados uma questão muito interessante apareceu: ele acredita na informação com a qual ele concorda (p.210).

Os entrevistados mostraram certa ambigüidade em relação ao seu grau de confiança na notícia. De um lado, os entrevistados repetidamente enfatizaram que o valor de verdade da notícia é relativo, tanto em razão de preferências e preconceitos pessoais dos jornalistas, de tendências culturais, do processo de seleção e edição das notícias quanto por constrangimentos sócio-econômicos sofridos pelas organizações jornalísticas. De outro, tendem a aceitar a informação como factual e relativamente neutra. Ao mesmo tempo em que demandam maior aprofundamento no tratamento das notícias e sobretudo maior contextualização, aceitam o formato de resumo dos principais acontecimentos do dia porque ele seria mais adequado às condições da vida cotidiana. Ao tempo em que gostariam de ver maior aprofundamento, conformam-se à crença de que esse aprofundamento seria impossível dadas as condições de trabalho, os constrangimentos de tempo e a necessidade das emissoras de atingir maior audiência:

Ainda que formas alternativas da notícia sejam concebíveis e, de fato, preferíveis, ao menos em princípio, os entrevistados podem, entretanto, endossar o atual formato como eficiente no limites do 'sistema'. Assim, a aceitação do telejornalismo como uma fonte legítima de informação carrega implicitamente a aceitação da ordem social que moldou o formato corrente da notícia (p.223).

Os entrevistados tendem a considerar que não há desigualdade no acesso às notícias – definido em termos de quem é fonte de informação, quem é citado ou entrevistado nos programas – de modo que qualquer pessoa pode, presumidamente, aparecer no telejornal. No entanto, parece natural que *peças de maior importância* apareçam. Os entrevistados notam que são as pessoas de maior influência e poder que aparecem nos programas jornalísticos e acreditam que isso seja normal, já que essas seriam as pessoas que teriam conhecimento e opiniões que merecem ser tornadas públicas. Quando perguntados sobre se eles mesmos poderiam aparecer nas notícias, os entrevistados dizem que sim, em geral de modo incidental, nas enquetes ou povo fala, embora alguns professores universitários tenham concebido que eles podem ser entrevistados como especialistas no seu campo de conhecimento.

Em relação às fontes de informação, os entrevistados fizeram uma interessante relação entre o que seja notícia - o que constitua *uma boa história* -, a credibilidade da fonte e os constrangimentos próprios do processo de produção da notícia - como o tempo e os recursos de que podem dispor os jornalistas. A seleção das fontes de informação, assim, obedeceria ao critério do que gera uma boa história do modo mais eficiente possível, de tal modo que declarações de políticos têm mais probabilidade de gerar notícia e declarações de homens públicos conhecidos parecem de algum modo prescindir de verificação.

Um dos achados mais interessantes da investigação de Jensen é a percepção dos entrevistados quanto ao impacto do telejornalismo sobre a constituição da visão de mundo. No geral, considera-se que o telejornalismo evoca certas posturas e emoções nos telespectadores e poderia moldar sua visão da realidade social. Entretanto, os entrevistados argumentam que *outros* telespectadores seriam mais suscetíveis às influências do que eles mesmos, que seriam mais

atentos e habituados a fazer seus próprios julgamentos a partir da notícia. A reflexão foi apontada como uma das maiores defesas dos telespectadores contra as influências perniciosas da televisão. Um dos entrevistados por Jensen diz: "eu acredito que uma ampla porcentagem das pessoas acredita cem por cento no que vê na televisão e nos jornais. Eu espero que, eu gosto de pensar que não se passa o mesmo comigo, com as coisas de grande importância" (p.216).

Por outro lado, ao mesmo tempo em que o telejornalismo é considerado como um meio de integrar os indivíduos numa ordem social mais ampla, a ele também é atribuído um certo efeito sedativo que contribui para o distanciamento dos indivíduos da realidade social. Alguns entrevistados falam de uma *postura de espectador* que seria construída pela televisão e que tem a ver tanto com a estruturação do conteúdo da mensagem quanto com o modo como ela é oferecida ao telespectador. Essa estruturação mostraria que há um mundo lá fora, mas não provocaria efetivo envolvimento dos telespectadores.

O entretenimento é uma importante função percebida pela audiência. Em razão das pressupostas fronteiras entre jornalismo e entretenimento, Jensen procura explorar como os entrevistados relacionam as convenções do gênero notícia aos aspectos de diversão. Os aspectos visuais e a postura dos apresentadores são considerados como importantes elementos de credibilidade da notícia, mas ao mesmo tempo são os elementos de maior dramaticidade e apelo, no sentido de desvio da atenção do telespectador do conteúdo da notícia para o seu efeito. Na visão dos entrevistados, o caráter de entretenimento não ofusca a importância e legitimidade do telejornalismo.

As imagens aparecem como uma das mais importantes qualidades do telejornalismo e a experiência visual é fortemente indicada como razão para assistir os programas jornalísticos televisivos. A imediaticidade da imagem é sempre associada a outras duas qualidades, credibilidade e apelo. Certamente, as situações de cobertura ao vivo são as que melhor expõem essas qualidades. Aparentemente, os entrevistados podem, a um só tempo, conceber a cobertura jornalística como uma representação imediata da realidade e como uma versão mediada da realidade: "parece haver uma tendência



nos receptores a aceitarem a cobertura jornalística a menos que sua credibilidade seja especialmente problematizada por fatores externos à notícia, tais como conhecimento anterior ou um interesse especial por um evento ou tema” (p. 230).

As imagens, no entanto, são fortemente associadas ao apresentador. Dois aspectos aqui são importantes para a caracterização do gênero notícia: os telespectadores mostraram preferência pelo formato narrativo cabeça-off, composto pela presença do apresentador que lê um texto introdutório da notícia seguido por cobertura em imagem com voz em off. Os entrevistados atribuem duas funções ao apresentador: tornar o programa mais pessoal e tornar mais claros os limites entre uma notícia e outra. De modo geral, no entanto, Klaus Bruhn Jensen verificou uma grande dificuldade dos entrevistados em descrever características específicas da dimensão visual do telejornalismo. Os entrevistados mostraram-se conscientes do especial poder de atração que as imagens exercem sobre eles, sem, no entanto, conseguir explicar as razões dessa atração.

Além dos aspectos visuais, as vinhetas sonoras são consideradas parte integrante do formato dos programas jornalísticos e funcionam como um dispositivo de atração para o telespectador, avisando do início ou retomada do programa e cumprem a função também de estabelecer os limites entre o programa e o bloco comercial. Alguns telespectadores reconhecem, inclusive, que as vinhetas sugerem ao receptor um certo humor ou atitude em relação ao programa, funcionando como claro elemento do modo de endereçamento.

Klaus Jensen procura identificar diferenças sociais nas percepções quanto à informação, legitimação e entretenimento. O status social e diferenciações ocupacionais e de escolaridade, que estruturaram a composição das amostras, evidenciaram ter poucas implicações sobre as percepções dos entrevistados quanto às funções do telejornalismo. À parte o fato de que os professores universitários tendem a buscar um leque mais diverso de meios jornalísticos, os entrevistados dos dois grupos tendem a conceber a notícia como um relato factual dos acontecimentos da realidade social sobre a qual os telespectadores devem manter-se informados; os dois grupos asse-

guram um lugar legítimo para a notícia televisiva; e os dois grupos percebem determinadas qualidades associadas ao entretenimento – ainda que os professores universitários sejam mais propensos a aceitar o entretenimento como uma dimensão importante da notícia (cf. 249 ss). Os não telespectadores convictos e aqueles que tendem a questionar mais enfaticamente a relevância do telejornalismo, tanto do ponto de vista do conteúdo das informações e de sua vinculação com a vida cotidiana quanto do ponto de vista do seu caráter de entretenimento, pertencem ao grupo de entrevistados com maior nível educacional. De modo geral, tal como no estudo de Morley sobre o *Nationwide*, os resultados de Jensen não permitiram estabelecer uma relação clara entre a posição sociocultural dos grupos pesquisados e suas respostas.

Os resultados obtidos por Jensen levam a crer que as funções de informação, legitimação e entretenimento não são elementos distintos na experiência da audiência, antes elas se interpenetram. Um mesmo telespectador pode usar a televisão como companhia no horário das refeições, aproveitando o momento para manter-se informado de modo leve e divertido. Mais importante, os elementos de entretenimento parecem de algum modo estar subordinados a uma visão do telejornalismo como uma fonte legítima de informação social factual. As marcas do gênero e a referencialidade da notícia servem para contrastá-la com outros gêneros dentro da programação televisiva, claramente com os comerciais e as paródias. Na perspectiva dos receptores, assistir o noticiário é uma obrigação social, e sua potencial capacidade de entretenimento torna essa obrigação uma experiência prazerosa.

## O *Making Sense...* e a trajetória intelectual de Jensen

*Making Sense of the News* é um estudo claramente marcado pelas questões teórico-metodológicas do seu tempo. Ainda eram raros os estudos empíricos de recepção - lembramos que aquela que é considerada a primeira investigação empírica de recepção realizada

nos marcos dos estudos culturais data de 1980, o estudo de Morley sobre o *Nationwide* e mesmo ali ainda imperavam as preocupações com a questão da decodificação *versus* codificação e da atividade dos receptores *versus* sentido preferencial dos textos – e pouca atenção era dada ao papel dos receptores como produtores de sentido.

No entanto, o estudo permanece atual na medida em que enuncia questões que virão a ser forte objeto de reflexão no seu campo de conhecimento. Do ponto de vista epistemológico, a análise de recepção é considerada como a análise do próprio processo comunicativo. Do ponto de vista teórico-metodológico, o estudo assume o desafio de aproximar a investigação sócio-antropológica da comunicação e os estudos da linguagem. A aproximação entre a análise do texto e a exploração sócio-antropológica dos contextos não se constitui uma novidade e, em alguma medida, configurava um dos núcleos das investigações do Centre for Contemporary Cultural Studies. Mas permanece um desafio.

Klaus Bruhn Jensen faz parte daquele seleto grupo de investigadores para quem os estudos de recepção são os estudos da *relação* entre os textos midiáticos e a audiência. Dizer que o autor propõe um modelo teórico-metodológico de análise de recepção *a partir da teoria da comunicação*, significa dizer que ele está entre os autores que se mantiveram preocupados, na esteira dos trabalhos de Hall e Morley, com o exame detalhado da variedade de formas como as mensagens são interpretadas pelos membros da audiência com orientações sociais e políticas diferentes. É o estudo da relação entre os textos e sua recepção que requer uma abordagem multidisciplinar que possibilite, de um lado, a análise dos textos midiáticos e dos textos produzidos pela audiência, e, de outro, os constrangimentos sociais, políticos, econômicos, culturais que regulam essa relação.

Além disso, o estudo de Jensen tem o mérito de chamar a atenção para uma discussão bastante atual no campo, a importância do conceito de gênero (discursivo, textual, midiático) para a investigação em comunicação. Alguns autores, em particular Jesus Martin-Barbero, têm apostado em que a noção de gênero permitiria

entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da **interação**. Pensar o processo comunicativo a partir da noção de gênero significa pensar tanto o modo como o campo da produção 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 <sup>12</sup>.

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 (Martín-Barbero, 1995:64).

Em seus trabalhos futuros, Jensen vai assumir a notícia como um gênero político:

O discurso das notícias pode ser considerado um narrativa ou *exposição* que informa sobre os acontecimentos e temas políticos concretos como uma forma de manter a audiência informada como cidadãos e eleitores. Neste aspecto, as notícias trabalham como agente representativo da democracia, já que documenta e ao mesmo tempo legitima esta forma específica da vida política em sua qualidade de realidade ativa (Jensen, 1997:127).

As questões epistemológica e teórico-metodológica apontadas têm desdobramentos no percurso intelectual de Klaus Jensen. A questão da convergência entre os estudos sócio-antropológicos e os estudos da linguagem se associam à questão da convergência entre as metodologias qualitativas e quantitativas da pesquisa em comunicação. No primeiro caso, o trabalho que mais enfaticamente se debruça sobre a questão é o livro *The Social Semiotics of Mass Communication* (Jensen, 1995), em que o autor propõe um novo desenvolvimento da teoria social a partir de um retorno à semiótica e ao pragmatismo de Peirce. No segundo, as metodologias qualitativas e quantitativas são exploradas no *Handbook of Media and Communication Research*, que, a partir da apresentação dos desdobramentos mais recentes de várias perspectivas de

investigação em comunicação, vindas das ciências sociais e das humanidades, propõe que a convergência tem maiores condições de sucesso se desenvolvida através de uma análise comparativa, meta-teórica, dos resultados de investigação nas diferentes tradições (Jensen, 2002).

Uma questão que permanece central no pensamento de Klaus Jensen, e que nos parece exibir o conjunto de suas preocupações epistemológicas, teórico-metodológicas, mas também políticas é a relação entre meios de comunicação, consciência cotidiana, ação política e democracia. *Supertema* é uma categoria que o autor desenvolveu para a análise empírica dessa relação. Em *News of the world* (Jensen, 1998) desenvolve de modo especial essa categoria, mas ela já aparecia na produção intelectual de Jensen desde 1988 – apenas dois anos depois do *Making Sense...* Jensen publica o artigo “News as social resource: a qualitative empirical study of the reception on danish television news” no *European Journal of Communications*. O autor trabalhou com o conceito também no *The Social Semiotics...* (1995). Segundo Jensen,

supertemas são construções temáticas através das quais os telespectadores podem estabelecer relações entre o mundo de suas vidas cotidianas e o mundo tal como representado nos relatos das notícias televisivas. Supertemas podem ser vistos como mediadores entre os espectadores e o relato por traduzir uma realidade que aparece complexa e distante em termos simples, gerais e pessoalmente compreensíveis (Jensen, 1998:19).

Atualmente Jensen tem se voltado para as questões relativas à ciberdemocracia e desenvolve o projeto de pesquisa *Media and Democracy in the Network Society* (Modinet), em que suas permanentes preocupações sobre as relações entre comunicação, ação política e democracia são exploradas num projeto que busca compreender as implicações da globalização e das mídias digitais para a vida política. Para os interessados no assunto, ver o site <http://www.modinet.dk/>. Para maiores informações sobre a trajetória do autor, incluindo suas pesquisas e publicações mais recentes, sugerimos: [http://www.ifm.ku.dk/Engelsk/Ansatte\\_Eng/klaus\\_bruhn\\_jensen\\_eng.htm](http://www.ifm.ku.dk/Engelsk/Ansatte_Eng/klaus_bruhn_jensen_eng.htm)

## Notas

- <sup>1</sup> Traduzimos todos os trechos citados a partir do original da primeira edição do livro.
- <sup>2</sup> No Brasil, a obra mais conhecida do autor é uma tradução espanhola, ruim, de *The social semiotics of mass communication*, publicado em 1995 pela Sage. Sobre recepção de telejornalismo, Jensen coordenou também o projeto *News of the world* (JENSEN, 1998). Nele, pesquisadores de sete países (Bielo Rússia, Dinamarca, Índia, Israel, Itália, México e Estados Unidos) se reúnem com o intuito de compreender o modo como espectadores de televisão em diversos países do mundo produzem um sentido local para as notícias globais. Trabalharam de modo coordenado, utilizando a análise qualitativa de recepção, para tentar descobrir o modo como os receptores entendem e interpretam as notícias com base nas suas vidas cotidianas. O objetivo do projeto era analisar as estruturas de compreensão com que uma pequena amostra de telespectadores em sete diferentes países interpreta os acontecimentos nacionais e estrangeiros reportados pelos telejornais de um dia específico, 11 de maio de 1993. A análise de recepção foi precedida da análise de conteúdo dos programas nacionais de notícia em cada país durante a semana de 05 a 11 de maio de 1993. As principais contribuições de Klaus Bruhn Jensen para a investigação em recepção, além de *News of the world*, encontram-se em JENSEN, 1986, 1988, 1992, 1993, 1995 (trad. espanhola de 1997), 2002; JENSEN & JANKOWSKI, 1993; JENSEN & ROSENGREN, 1997.
- <sup>3</sup> Klaus Bruhn Jensen e Karl Erik Rosengren entendem que há cinco tradições de investigação sobre a articulação entre os media e seus públicos: a investigação sobre os efeitos, a investigação sobre os usos e gratificações, o enfoque culturalista, a análise literária e as análises de recepção. Jensen & Rosengren entendem que "os enfoques culturalistas estão presentes nos estudos de recepção sob vários aspectos" (JENSEN & ROSENGREN, 1997:342) e só justificam sua dissociação pelo fato de que os estudos de recepção têm um desdobramento marcadamente empírico. Apontam Raymond Williams, Richard Hoggart e Stuart Hall como os investigadores mais representativos dos Estudos Culturais e David Morley, Ien Ang e Janice Radway como aqueles que elaboraram as análises de recepção mais preocupadas em integrar as perspectivas sociológicas às perspectivas semióticas.
- <sup>4</sup> Ver Gomes, 2004:171 ss.
- <sup>5</sup> Jensen apóia-se fortemente no trabalho de Michael Schudson (1978).
- <sup>6</sup> Williams e Jensen falam em *stance, the appropriate subject matter e mode of formal composition*. Aqui adotamos os termos tal como apresentados na tradução de Marxismo e Literatura, publicado no Brasil pela Zahar.
- <sup>7</sup> O autor utiliza a expressão *factuality*, que se refere ao que é concreto, real, objetivo.
- <sup>8</sup> Afinado com a prática discursiva dos estudos culturais, o autor utiliza o termo *anchoperson* – ao invés de *anchorman* – e a fórmula "s/he" em substituição aos pronomes *she* ou *he*.
- <sup>9</sup> No Brasil, o conceito, que em inglês aparece como *actualization*, é traduzido nas duas formas. Ver Iser, 1996 e Zilberman, 1989.
- <sup>10</sup> Com o propósito de resistir à idealização do processo semiótico, à sua análise fora do contexto geral das relações sociais, *The "Nationwide" Audience* representa

a primeira investigação empírica da audiência realizada nos marcos dos Estudos Culturais ingleses. O trabalho de David Morley consistirá em comparar, por um lado, os conteúdos codificados no texto mediático e, por outro, o trabalho de decodificação realizado pelos sujeitos-receptores, decodificação que será tributária de uma série de fatores sociais - em Morley esses fatores serão a classe social em associação com sexo, idade, raça, nível de escolaridade.

<sup>11</sup> Jensen utiliza o termo *diversion*, que preferimos traduzir por entretenimento. Acreditamos que ele melhor se adapta ao contexto brasileiro, já que as discussões que o autor faz se referem ao que no Brasil tratamos como a relação entre jornalismo e entretenimento.

<sup>12</sup> No Brasil, o conceito de gênero tem sido objeto do trabalho de Jeder Janotti e do meu próprio, ambos na perspectiva dos *cultural studies*. Janotti desenvolve o conceito de *gênero midiático* e explora sua produtividade para a análise dos produtos midiáticos, em especial da música popular massiva (ver Janotti, 2005). No meu caso, o conceito de *gênero televisivo* tem sido explorado na análise de programas jornalísticos televisivos (Ver Gomes, 2002, 2005a, 2005b). Fora do Brasil e fora também do marco dos estudos culturais, o pesquisador francês François Jost tem no conceito de gênero um aspecto central do seu trabalho (ver JOST, 2005, 2004a, 2004b, 2003).

## Bibliografia

AUSTIN, John L. *Quando Dizer é Fazer. Palavras e ação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

GOMES, Itania Maria Mota *et al.* Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão In: *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/Intercom*, Rio de Janeiro, UERJ, 2005a. v.1. p.54 – 72.

\_\_\_\_\_. *et al.* Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre: Edipucrs, no. 25, p. 85-98, dez/2004.

\_\_\_\_\_. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. *Revista Fronteiras*. São Leopoldo, Programa de Pós Graduação em Comunicação da UNISINOs, dezembro de 2002.

\_\_\_\_\_. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. Trabalho apresentado no *Colóquio Televisão: entre o mercado e a academia* Porto Alegre: Unisinos, 2005b.

\_\_\_\_\_. *Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

HALL, Stuart. "Encoding/Decoding" [1973]. In: DURING, Simon (Ed.). *The Cultural Studies Reader*, 4ª, London: Routledge, 1997, p. 90-103.

HARTLEY, John. *Understanding News*. London: Routledge, 2001.

ISER, Wolfgang. *O ato da leitura*. Uma teoria do efeito estético. (Trad. de Johannes Kretschmer), (Vol. 1). São Paulo: Ed. 34, 1996.

JANOTTI JR, Jeder Silveira. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático, Niterói, XIV Compós, 2005 (Trabalho apresentado no GT de Cultura das Mídias).

JENSEN, Klaus Bruhn & JANKOWSKI, Nicholas. *Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas*. (Trad. de Joan Soler), Barcelona: Bosch, 1993. (Colección Bosch Comunicación).

\_\_\_\_\_ & ROSENGREN, Karl Erik. Cinco tradiciones en busca del público. In: DAYAN, Daneiel (Comp.). *En busca del público. Recepción, televisión, medios*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1997. p. 335-370.

\_\_\_\_\_. La política del multisignificado – Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política. In: OROZCO, Guillermo (comp.). **Hablan los televidentes** – Estudios de recepción en varios países. Cuadernos de Comunicación y practicas sociales, n. 4. PROIICOM/UIA. México,1992.

\_\_\_\_\_. *La semiótica social de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Bosch, 1997. (Colección Bosch Comunicación).

\_\_\_\_\_. Media reception: qualitative traditions. In: JENSEN, Klaus Bruhn (org). *A Handbook of Media and Communication Research*. Londres e Nova York: Routledge, 2002.

\_\_\_\_\_. News as social resource: a qualitative empirical study of the reception on danish television news. *European Journal of Communications*, vol. 3, n. 3, p. 275-301,1988.

\_\_\_\_\_. *News of the World*. World cultures look at television news. Londres: Routledge, 1998.

\_\_\_\_\_. *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage, 1995.

JOST, François. *Comprendre la Télévision*. Paris: Armand Colin, 2005.

\_\_\_\_\_. *Introduction à l'Analyse de la télévision*. 2a. Paris: Ellipses Édition Marketing S.A., 2004b.

\_\_\_\_\_. *La télévision du quotidien*. Entre réalité et fiction. 2a. Paris : De Boeck & Larcier S.A./Institut National de L'Audiovisuel, 2003.

\_\_\_\_\_. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004 a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. 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, p.39-68.



MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. (Trad. de Alcira Bixio). Buenos Aires: Amorrortu Editores, [1992]1996.

\_\_\_\_\_. The *Nationwide* Audience: structure and decoding. In: MORLEY, David & BRUNSDON, Charlotte. *The Nationwide Television Studies*. London: Routledge, 1999. p. 115-289.

PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, Charles S. (Org). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, [1940]1970.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news*. A social history of american newspapers. New York: Basic Books Inc. Publishers, 1978.

SEARLE, John R. *Os Actos de Fala*. Coimbra: Livraria Almedina, 1981.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura* (Trad. de Waltensir Dutra). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979.

ZILBERMAN, Regina. *Estética da recepção e história da literatura*. São Paulo: Ed. Ática, 1989.