

## **A Influência do Telejornalismo na Construção Social da Realidade: O Poder da Mídia na Definição da Realidade e a Contribuição da Coprodução <sup>1</sup>**

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior <sup>2</sup>

Fabiana Cardoso de Siqueira <sup>3</sup>

Heitor Costa Lima da Rocha <sup>4</sup>

Universidade Federal de Pernambuco-UFPE

### **Resumo**

Este trabalho tem o objetivo de contribuir com a discussão sobre o papel central e estratégico que o telejornalismo desempenha no processo de construção social da realidade, ao mediar e articular a discussão pública sobre as questões de interesse coletivo, levando em conta as transformações que ocorrem com a participação, cada vez mais efetiva, dos coprodutores nos processos produtivos. Os coprodutores são entendidos como pessoas de várias profissões, que não possuem a função de captar imagens, mas que o fazem, em algum momento, com as mais diferentes finalidades, e muitas dessas cenas acabam sendo processadas e editadas pelos jornalistas para exibição nos telejornais. Entendemos que, assim, mais ainda do que antes, o jornalismo representa um lugar de segurança e referência para a ação dos cidadãos.

**Palavras-chave:** Teoria do Jornalismo; Telejornalismo; Construtivismo; Coprodução.

### **1. Introdução: a construção social da realidade**

Compreender o papel desempenhado pelo jornalismo e pelos jornalistas na sociedade foi uma questão que sempre nos instigou. Diversos autores também demonstraram essa preocupação em seus trabalhos, sob diferentes perspectivas. Mas antes de abordarmos esse assunto, é necessário, primeiro, discutirmos aspectos que vão além do debate sobre o campo jornalístico. É preciso compreender de que forma a realidade social é apreendida e construída, especialmente, nesse novo cenário onde os coprodutores (VIZEU, SIQUEIRA, 2009), no caso da televisão, têm um papel mais ativo e colaborativo, impondo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao DT 1 ó GP Telejornalismo do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação ó Manaus/AM - 4 a 7/09/2013.

<sup>2</sup> Prof. Dr. do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: [a.vizeu@yahoo.com.br](mailto:a.vizeu@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)/Universidade Complutense de Madri (UCM). E-mail: [fabiana\\_s@yahoo.com](mailto:fabiana_s@yahoo.com).

<sup>4</sup> Prof. Dr. do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: [hclrocha@gmail.com](mailto:hclrocha@gmail.com).

novos desafios, por meio da produção de imagens, que acabam selecionadas pelos jornalistas e exibidas nos telejornais.

Nem todos os pesquisadores têm a visão de que a realidade é construída socialmente. Searle (1997, p. 22) cita o exemplo de uma criança para explicar que ela cresce em uma cultura por meio da qual a realidade social é dada. O automóvel é um automóvel, a cédula de dinheiro é uma cédula de dinheiro, ou seja, isso tudo é um processo natural. Para Searle (1997, p. 24), a realidade ões creada por nosotros para nuestros propósitos, y nos parece tan prestamente inteligible como los propósitos mismosö.

Além disso, õla realidad social, en general, puede entenderse sólo a la luz de ella. Los rasgos relativos al observador son siempre creados por los fenómenos mentales intrínsecos a los usuarios, observadores, etc., de los objetos en cuestiónö (SEARLE, 1997, p. 31).

Já Berger e Luckmann (1985, p. 11) têm outra visão a respeito da forma como a realidade é construída. Para os dois autores, trata-se de um fenômeno social, ou seja, õa realidade é construída socialmenteö e a sociologia do conhecimento tem a tarefa de analisar de que forma esse fato acontece. Nesse sentido, o entendimento é de que a sociologia do conhecimento tem por finalidade analisar as relações que existem entre o pensamento humano e o contexto por meio do qual esse pensamento surge, tendo por fim a tarefa de:

ocupar-se com o que os homens õconhecemö como õrealidadeö em sua vida cotidiana, vida não teórica ou pré-teórica. Em outras palavras, o õconhecimentoö do senso comum, e não das õidéiasö, deve ser o foco central da sociologia do conhecimento. É precisamente este õconhecimentoö que constitui o tecido de significados sem o qual nenhuma sociedade poderia existir. [...] A sociologia do conhecimento, portanto, deve tratar da construção social da realidade (BERGER E LUCKMANN, 1985, p. 29-30).

Berger e Luckmann (1985) fazem a análise da vida cotidiana sob o aspecto da fenomenologia. Quem também se apoia na fenomenologia é Schutz (2004) para estudar a construção social da realidade. Para Schutz (2004), a realidade é constituída pelo sentido de nossas experiências, ou seja, está relacionada ao conceito de tipificação, que compreende o contexto biográfico e o acervo de conhecimento que o ser humano possui. E é a partir dessas informações que o homem age tipicamente no dia a dia.

Si el mundo del sentido común es, desde un primer momento, un mundo reinterpretado; si todos los elementos de este mundo tienen sus horizontes de tipicidad, y si las nociones de la situación biográficamente determinada, el acervo de conocimiento a mano y la definición de la

situación son guías seguras para interpretar la realidad social, debe existir algún principio subyacente de selección que explique las lecciones, actitudes, decisiones y adhesiones del individuo expresa y realiza. [...] Decido un curso de acción en un sentido y no en otro, a la luz de lo que considero significativo con respecto a mis más profundas convicciones e intereses (SCHUTZ, 2004, p. 27).

Isso representa que a ação é autoconsciente e é justamente isso que diferencia a fantasia da ação, pois há um propósito que está por trás do ato de agir. Schutz (2004, p. 24) também diz que: «La acción nunca está aislada, desvinculada de otra acción, divorciada del mundo. Manifiesta o latente, toda acción tiene sus horizontes de relacionabilidad con la realidad social». E por estar relacionada com a realidade social, não existe apenas uma forma de agir.

Se tomarmos como base a ação dos coprodutores, podemos dizer que é autoconsciente no momento em que eles têm por finalidade registrar determinada informação audiovisual. E é evidente que cada um deles o fez por diferentes propósitos: uso próprio, oferecer a alguma emissora de televisão, disponibilizar na internet, registrar uma determinada ação para posterior análise, por resguardo jurídico, como prova de algum crime e etc. O fato desse registro ter ido parar nas mãos dos jornalistas também implica em uma série de ações de apuração, validação, seleção e transformação em notícia.

Além da ação propriamente dita, há também a não ação. Isso é possível, pois no momento em que se escolhe não realizar determinado ato, está se tomando uma decisão, um caminho, que, de alguma forma, terá implicações na sociedade. É o caso, por exemplo, quando um determinado jornalista opta por não divulgar determinada imagem enviada por algum coprodutor, por entender que não é adequada ao perfil do telejornal, abrindo espaço para que a mesma cena possa ser ofertada à concorrência. A ação de não divulgar também é uma forma de ação que traz consequências.

Outro conceito importante definido por Schutz (2004) em seus trabalhos é o da atitude natural, que pode ser definida como a suspensão da dúvida. Isso quer dizer que, no nosso dia a dia, não nos questionamos a respeito de tudo que está na nossa volta. Não refletimos sobre todas as situações que surgem na nossa rotina e esse não é um processo autoconsciente, ou seja, não nos damos conta que realizamos a suspensão da dúvida. Simplesmente, não refletimos sobre isso (CORREIA, 2005).

Mas não permanecemos em atitude natural o tempo todo, o que é evidente. É o que descreve Schutz (2004, p. 30):

De la ansiedad fundamental surgen los muchos sistemas interrelacionados de esperanzas y temores, de necesidades y satisfacciones, de oportunidades y riesgos que incitan al hombre de la actitud natural a tratar de dominar el mundo, superar obstáculos, esbozar proyectos y llevarlos a cabo (SCHUTZ, 2004, p. 30).

Embora haja influência na forma de tentar superar obstáculos, elaborar projetos e colocá-los em prática, as nossas decisões não estão embasadas apenas no que pensamos, pois existe um intercâmbio social. Agimos com base nos conhecimentos que herdamos dos nossos antepassados, da nossa história biográfica e também no que pensamos sobre as pessoas que virão após a nossa partida (CORREIA, 2005).

No entanto, conforme Schutz (2004, p. 21),

la mayor parte de mi intercambio social tiene lugar con contemporáneos y asociados, a quienes, también en este caso, conozco mediante las tipificaciones del mundo del sentido común. La relación *face a face* é fundamental para todas as demais estruturas de relacionamento social (SCHUTZ, 2004, p. 21).

Defendemos que as escolhas que os jornalistas fazem do que será ou não apresentado, por exemplo, são baseadas muito nas tipificações e, especialmente, no intercâmbio entre associados e contemporâneos, estabelecido nas relações *face a face*, *projetada* e *virtual*.

Se levarmos a discussão especificamente para o processo de seleção das notícias, podemos dizer que as escolhas são influenciadas, entre outros elementos, pela imagem que os jornalistas têm do público (relação *projetada*), pelas relações *face a face* no ambiente da redação e pelas relações *virtuais* com colegas que trabalham em outras emissoras (contato por telefone, *e-mail* e videoconferência) e também pela visão que possuem do enfrentamento com a concorrência (relação *projetada*, *virtual* ou *face a face*). Em geral, os editores, produtores e editores-chefes estabelecem um contato profissional mais distante com os concorrentes, ao contrário dos repórteres que travam um contato mais direto (*face a face*) durante o processo de elaboração da notícia.

No que diz respeito à relação entre os coprodutores e os jornalistas no telejornalismo, as relações *face a face* ocorrem de maneira esporádica, principalmente, nos casos em que os coprodutores encontram algum repórter na rua e oferecem a imagem ou decidem ir à emissora para comunicar que possuem algum registro. Há casos também em que algum jornalista é designado para encontrar o coprodutor e conseguir a informação audiovisual. Apesar de todos os casos citados, o que acontece com mais frequência é o

estabelecimento de uma relação *virtual*, pois os registros são enviados por *e-mail* ou postados na internet, são repassados de um celular a outro ou chegam pelo sistema das agências de notícias.

Berger e Luckmann (1985, p. 39) consideram que as relações *face a face* estão ligadas a realidade da vida diária, isso quer dizer que a realidade da vida cotidiana está organizada em torno do “aqui” de meu corpo e do “agora” do meu presente. Este “aqui e agora” é o foco de minha atenção à realidade da vida cotidiana. No entanto, os mesmos autores afirmam que a realidade não se esgota no “aqui e agora”, pois a vida cotidiana é experimentada

em diferentes graus de aproximação e distância, espacial e temporalmente. A mais próxima de mim é a zona da vida cotidiana diretamente acessível à minha manipulação corporal. Esta zona contém o mundo que se acha ao meu alcance, o mundo em que atuo a fim de modificar a realidade dele, ou o mundo em que trabalho. [...] Sei, evidentemente, que a realidade da vida cotidiana contém zonas que não me são acessíveis desta maneira. Mas, ou não tenho interesse pragmático nessas zonas ou meu interesse nelas é indireto, na medida em que podem ser potencialmente zonas manipuláveis por mim. Tipicamente meu interesse nas zonas distantes é menos intenso e certamente menos urgente (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 39).

Acreditamos que as pessoas registram, com mais frequência, na atualidade, a realidade da vida cotidiana por meio de celulares e câmeras digitais não apenas por uma questão de acesso fácil à tecnologia, mas também em uma tentativa de aproximar o mundo que está ao alcance delas do que está visível para elas e para os outros na internet e na televisão.

É uma perspectiva que vai ao encontro do que afirmam Berger e Luckmann (1985). Para os referidos autores, a realidade da vida cotidiana “apresenta-se a mim como um mundo intersubjetivo, um mundo de que participo juntamente com outros homens” (BERGER; LUCKMAN, 1985, p. 40).

É dentro desse ponto de vista construtivista, que Sábada (2007, p. 40) diz que o sujeito assume o papel de agente, pois não é apenas um espectador, conforme relata a seguir:

El sujeto es creador de la realidad social, no mero espectador o transmisor, sino que crea con cada una de sus interpretaciones el mundo social. La realidad social se apoya en la intersubjetividad, de modo que las interpretaciones de cada persona configuran nuevos significados con los que el resto de las personas se manejan también en el mundo, en una interacción continua. Los nuevos significados al llegar a su *reificación* o *cosificación*, son “reutilizados” por otros en la creación de un contexto

coherente, que configura, em palavras de Peter Berger y Thomas Luckmann, a vida cotidiana (SÁBADA, 2007, p. 40).

Levando em consideração o que foi exposto, entendemos que a forma como nós percebemos o mundo depende de uma série de fatores. De acordo com Moscovici (2003, p. 30),

nós percebemos o mundo tal como é e todas nossas percepções, idéias e atribuições são respostas a estímulos do ambiente físico ou quase físico, em que nós vivemos. O que nos distingue é a necessidade de avaliar seres e objetos corretamente, de compreender a realidade completamente; e o que distingue o meio ambiente é a sua autonomia, sua independência com respeito a nós, ou mesmo, poder-se-ia dizer, sua indiferença com respeito a nós e a nossas necessidades de desejos (MOSCOVICI, 2003, p. 30).

Seguindo alguns aspectos traçados por Schutz (2004), os autores Berger e Luckmann (1985, p. 49) chamam os esquemas de classificação da realidade da vida cotidiana de tipificações. Nesses esquemas, para Berger e Luckmann, é que definimos como aprendemos as outras pessoas, seja pelo gênero, origem, profissão, idade, humor, entre outros aspectos. A partir dessas tipificações são estabelecidos os modos como lidamos com essas pessoas nos encontros face a face.

Hoje, esses encontros estão saindo, com frequência, da esfera *face a face* para se tornarem *virtuais*. Estamos nos ambientando a classificar a realidade da vida cotidiana também por meio das relações que estabelecemos com as pessoas pela internet e pelo celular multiplataformas<sup>5</sup>, estendendo a aplicação dessas tipificações à convergência desses meios com a televisão, o rádio, a revista e o jornal impresso.

## **2. A comunicação, o jornalismo e a construção social da realidade**

Correia (2005 p. 125) faz uma análise voltada para o campo da comunicação (e mais especificamente do jornalismo) com base nas visões de Schutz (2004) sobre a construção social da realidade. Entretanto, o autor compreende que há implicações que devem ser levadas em conta quando se estuda os meios de comunicação na atualidade, pois essa experiência transcende em muito aquela que era a experiência comunicativa primordial detectada por Schutz nas relações *face a face*.

A internet, o rádio, a televisão, o jornal e a revista estão cada vez mais convergentes e inseridos no cotidiano das pessoas, por meio da portabilidade, em aparelhos pequenos,

---

<sup>5</sup> O celular na atualidade é considerado um aparelho de multiplataformas por possuir várias funções que vão além da comunicação por voz. Dependendo do modelo, pode servir como câmera fotográfica e de vídeo, GPS, ferramenta de jogos eletrônicos, mecanismo de acesso rápido à internet e etc.

que podem ser levados e acessados em qualquer lugar. Além disso, os cidadãos também estão compartilhando o que visualizam com mais rapidez, repassando informações visuais e audiovisuais para outras pessoas por meio da televisão e da internet. São laços que superam, em diversos momentos, os estabelecidos no contato direto.

Outra constatação feita por Correia (2005, p. 125) diz respeito à realidade construída pelos meios de comunicação, que embora supere o mundo ao meu alcance imediato, trata das experiências dos nossos contemporâneos. Isso quer dizer que o mundo ao meu alcance imediato não precisa estar ligado diretamente às relações físicas de proximidade, pois posso ter acesso a uma informação e agir imediatamente a partir dela, mesmo se o objeto ou a pessoa com o qual estou interagindo não esteja no mesmo país ou continente que eu.

Outro aspecto descrito por Correia (2005, p. 127-128) é que:

O que os *media* fazem é alterar ou consolidar sistemas de relevância, ou seja, dar conhecimento público do que se entende ser importante discutir. Nesta abordagem teórica, a relação dos actores com o horizonte social é organizada em termos de zonas de relevância, um termo que diz respeito à maior ou menor proximidade face ao aqui e agora da esfera imediata de actividade dos indivíduos. Com efeito, é o nosso interesse mais imediato que motiva todo o nosso pensar, projectar e agir e que, portanto, estabelece os problemas a serem seleccionados pelo nosso pensamento e os objectivos a serem atingidos pelas nossas ações (CORREIA, 2005, p. 127-128).

Os sistemas de relevância seriam definidos no ambiente das redações jornalísticas e estariam atrelados às rotinas produtivas e aos valores-notícia, que fazem parte dos objetivos de análise desta tese.

O jornalista é visto como um especialista no tratamento das informações, ou seja, um observador de agentes que protagonizam determinados acontecimentos no mundo da vida (CORREIA, 2005, p. 136) e a realidade passa a ser uma construção, um produto de uma actividade especializada, dependendo, em grande parte, das práticas produtivas das profissões ligadas às produções mediáticas, designadamente a profissão jornalística (CORREIA, 2005, p. 132).

Berger e Luckmann (2004, p. 68) detalham que os meios de comunicação de massa, entre eles, a televisão, são instituições que possuem um papel-chave na orientação moderna de sentido ou, melhor, na comunicação de sentido. São instituições que servem como referência e orientam o homem moderno, que está imerso numa crise de sentido. São, portanto,

intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68).

### **3. O campo jornalístico: o que está dentro ou fora das fronteiras**

Bourdieu (1997, p. 105) apresentou as propriedades do campo jornalístico como sendo um espaço dominado por uma lógica que é específica e õpropriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissionalö.

Bourdieu (1997) também argumenta que esse é um campo de lutas, de enfrentamentos, de concorrência, que influencia outros campos, como os de produção cultural, mas também sofre forte influência de outros.

[...] assim como o campo político e o campo econômico, e muito mais que o campo científico, artístico ou literário ou mesmo jurídico, o campo jornalístico está permanentemente sujeito à prova dos vereditos do mercado, através da sanção, direta, da clientela, ou indireta, do índice de audiência (ainda que a ajuda do Estado possa assegurar certa independência com relação às pressões imediatas do mercado) (BOURDIEU, 1997, p. 106).

No entendimento do autor, os jornalistas sofrem diariamente pressões externas, exercidas por outros campos e também por fatores comerciais e de marketing. Esses profissionais também convivem com aspectos deontológicos, com regras de conduta que procuram seguir consciente ou inconscientemente e enfrentam sanções internas e concorrência entre os profissionais da área.

Blázquez (2000, p. 72) define os códigos deontológicos como um

[...] conjunto de principios, normas y perceptos concretos expuestos de forma lógica y sistematizada por iniciativa del propio sector informativo para orientar de la forma más correcta posible su trabajo, habida cuenta de la complejidad del mismo como servicio al bien común. Se llaman õdeontológicosö porque, como el mismo nombre indica, se refieren antes que nada a los deberes del profesional hacia su público (BLÁZQUEZ, 2000, p. 72).

Existem outros aspectos que também são determinantes e que podem ser adquiridos, que vão além das normas, dos códigos. É o que Bourdieu (2000) define como *habitus*. O

*habitus* pode ser compreendido tanto como um conhecimento formado a partir das nossas primeiras experiências na sociedade e também desenvolvido ao longo de nossa vida adulta.

No Brasil, o campo jornalístico tem passado por vários desafios. Podemos afirmar que um deles está ligado à interferência da coprodução e outro também ao que Bourdieu (2000) chama de disputa pelo poder simbólico. Estamos vivenciando um período em que muito se questiona sobre os limites do que é jornalismo e do que não é, especialmente no Brasil, onde também se discute quem pode ou não atuar profissionalmente.

Depois de anos de debates, o Supremo Tribunal Federal, órgão máximo da justiça brasileira, chegou a retirar a obrigatoriedade do diploma de jornalista para exercer a profissão no ano de 2009, por entender que restringia a liberdade de expressão e também porque os ministros compreendiam que não havia necessidade de curso superior específico para desempenhar as atividades.

Até o presente momento, o embate continua e envolve profissionais da área, sindicatos, empresas de comunicação, universidades, políticos e juristas. Recentemente houve a sinalização de que a obrigatoriedade voltará a entrar em vigor, pois no final de 2011 os senadores brasileiros aprovaram, em primeiro turno, a Proposta de Emenda à Constituição (PEC), determinando a volta da exigência do diploma. Em agosto de 2012, a votação foi a segundo turno no Senado e a PEC voltou a ser aprovada. A emenda agora terá que ser votada em primeiro e segundo turnos na Câmara dos Deputados.

Marques de Melo (2009, p. 16-17) destaca que uma das reações no campo acadêmico a essa crise de identidade vivenciada, neste início do século XXI, pela profissão foi a criação da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores do Jornalismo (SPBJor), em 2003.

Por meio de seus congressos anuais, essa organização tem, de acordo com o autor, fortalecido o espírito de corpo da emergente comunidade, além de ter influenciado o resgate da auto-estima jornalística no interior das universidades.

É visível que os cidadãos e cidadãs assumiram uma postura mais ativa nas rotinas produtivas. Eles criam fóruns de discussão na internet, *blogs*, compartilham informações, trocam ideias e até produzem assuntos em um formato muito semelhante ao da notícia jornalística, porém sem a preocupação de verificar, validar e ouvir todos os lados envolvidos nos fatos, que são princípios do jornalismo.

O que executam, no nosso entendimento, portanto, é produção de informação e não de notícias e no caso dos coprodutores, a informação pode ser visual (fotografias) ou audiovisual (vídeos).

Ao analisar o momento que vivenciamos na sociedade da informação <sup>6</sup>, Alsina (2009) afirma que é evidente que presenciamos mudanças na realidade que está ao nosso entorno e nos meios de comunicação e que esse fenômeno não iniciou hoje, porém a novidade é que o ritmo das transformações está mais acelerado.

Na atualidade, é evidente que a quantidade de informação disponível não é apenas maior como também chega por diferentes meios (principalmente pela internet), aumentando a responsabilidade dos jornalistas no trabalho de apuração. Ao mesmo tempo, também é delegada a eles a função de ordenar o caos, determinando o que é noticiável.

Alsina (2009, p. 228) afirma que embora as fontes possam pretender mostrar o que é importante na informação que elas oferecem, será o jornalista, em último caso, que terá de decidir onde está a notícia. O autor ainda argumenta que:

O jornalista tem como matéria-prima do seu trabalho a construção da realidade social que as fontes de informação criaram. Quando alguém se torna, por exemplo, testemunha de um acontecimento, confere sentido ao que percebe. Constrói, portanto, uma realidade social, objetiva o fenômeno observado. Uma forma de conferir sentido a um fenômeno é quando o contextualizamos. Assim, uma fonte pode relatar um roubo dizendo que existem muitos imigrantes no bairro. Mas o jornalista precisa ir além da construção da realidade social de primeiro grau que a fonte faz. O primeiro que o jornalista se questiona, é se o acontecimento relatado é notícia, ou inclusive, que parte da informação relatada é passível de se tornar notícia. A fonte se inclinará pelo que for mais importante para ela, porém, o jornalista tem outro ponto de vista. Vai se questionar o que pode ser mais importante ou interessante para os leitores. Isso o obrigará a re-contextualizar o acontecimento pois de repente, no exemplo no roubo, o roubo em si nada tem a ver com a imigração (ALSINA, 2009, p. 229).

Os coprodutores entram dentro dessa descrição feita por Alsina (2009), da reconstrução da realidade pelo jornalismo. Esses agentes procuram conferir sentido a determinados fatos que observam e realizam objetivações por meio de imagens, mas o que captam não é notícia. Será somente após passar pelas mãos dos jornalistas que recontextualizarão os acontecimentos.

---

<sup>6</sup> (CASTELLS, 1998).

Oliva e Sitjà (2007) colocam o jornalista na posição de narrador, de um contador de histórias reais, estruturadas com elementos narrativos.

El periodista es un narrador con la voluntad de producir noticias que dejen algún impacto en la audiencia. Hemos de aprovechar las condiciones que tienen estos medios para capturar la audiencia, y hacer que aprenda algo, despertando sus sentimientos o emociones. Todos sabemos que una noticia es una narración ordenada de un hecho que ha sido verificada por un periodista, pero como todo hecho contado verbalmente puede ser narrado como una historia. Las historias tienen una estructura característica formada por una exposición, el nudo y el desenlace y también tienen personajes, acción y emoción. En las historias tampoco pueden faltar las anécdotas y los detalles, que acercan la historia al público. Sin embargo, las noticias contadas en forma de historia tienen que ser fieles a la verdad. Como cualquier noticia, nuestra historia tiene que haber sido verificada y escrita de manera rigurosa y honesta (OLIVA; SITJÀ, 2007, p. 132).

#### 4. Considerações finais

Vizeu e Correia (2008) apresentam outro aspecto que cabe ser ressaltado sobre a relação entre os jornalistas e o público, de uma maneira geral. Para os dois autores, o jornalismo ocupa um lugar de referência, ou seja, é õuma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas que homens e mulheres recorrem para o bem e para o malõ (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 19). Desempenha uma função muito semelhante ao da família, da igreja, das escolas etc.

A televisão, em especial, seria uma referência de

estabilidade, diante da violência da insegurança e da complexidade do cotidiano. Os telejornais funcionariam como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue a sua normalidade (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 21).

Em um estudo sobre a recepção entre jovens universitários cariocas, Travancas (2007, p.88) constatou justamente que o *Jornal Nacional* funcionava como uma referência para os estudantes, como uma õfonte de sentimentos os mais variados, que vão do amor ao ódio, jamais da indiferençaõ. Travancas (2007, p. 95-96) acrescenta ainda que õnãõ é à toa que alguns comentavam que, embora o jornal mostrasse tragédias e notícias negativas, assistir a ele dava uma sensação de tranqüilidade. E comentavam que viam o JN também para relaxar de suas rotinas estressantes e corridas de uma grande metrõpoleõ.

No que diz respeito ao trabalho dos jornalistas, os profissionais desse campo também utilizam a confiabilidade que está por trás do nome deles (no caso dos que possuem

reconhecimento público) ou da empresa da qual representam, para atestar a validade de determinado acontecimento. É o que Alsina (2009, p. 231) chama de contrato pragmático fiduciário.

Para o referido autor, a mídia possui como primeira função o *ôfazer saber* e para atingir esse objetivo os meios de comunicação propõem esse contrato com *ôa pretensão* de que acreditemos que o que os meios de comunicação dizem é verdade e, ao mesmo tempo, nos propõem que confiemos no discurso informativo desses meios.

Vizeu e Correia (2008) atribuem outro nome a essa relação entre os jornalistas e os cidadãos: contrato de confiança. Consideramos esse termo mais adequado, pois a palavra *ôfiduciário* remete a questões jurídicas que fogem um pouco do universo jornalístico.

Espiritusanto e Rodríguez (2011, p.6) vão um pouco além. Os autores argumentam que esse contrato foi ultrapassado na conjuntura atual, pois *ôla democratización de las herramientas, el abaratamiento de la tecnología y el software libre han permitido a los ciudadanos crear su propio contenido e informarse entre ellos, sin necesidad de la financiación o el respaldo de una gran empresa mediática*.

Casero e Marzal (2011, p. 54-55) possuem uma visão que complementa o nosso argumento anterior. Para os autores, os meios de comunicação e o jornalismo têm ganhado força, especialmente, porque os cidadãos sentem-se perdidos em meio à multiplicidade de fontes de informação oferecidas a ele, ou seja, é preciso haver alguém que organize a realidade. Os autores citados acima dizem também que isso tem causado impacto na relação entre os cidadãos e o pacto de confiança. Os jornalistas não apenas precisam ordenar o caos, mas ter opinião sobre o que ocorre no mundo e as notícias necessitam ser, além de tudo, analíticas.

No Brasil, é nos veículos tradicionais que as pessoas se apóiam, que procuram se informar. É comum, inclusive, usarem a internet para debater o que viram na televisão. Como afirma Coutinho (2012, p. 21), *ôos telejornais constituem na contemporaneidade* uma *ônova praça pública*, onde significativa parcela da população brasileira celebra *senão* o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico. Ou seja, o contrato de confiança ainda existe, porém há questões que provocam certa interferência ou confusão, tendo em vista que, na atualidade, as fronteiras entre o que é e o que não é jornalismo estão muito tênues.

Neste novo contexto, o jornalismo continua enfrentando uma relação denominada por Daniel Cornu (1999, p. 271) de *ôassimetria fundamental* com as fontes oficiais e

privilegiadas, que se constituem, geralmente, em õsenhoras da situação, sobretudo quando representam o poder (representantes dos corpos constituídos do Estado) e o seu aparelho (a administração), ou os meios influentes no seio da sociedade. Por isso, as fontes estratificam-se em fontes oficiais, que usufruem um acesso privilegiado à pauta jornalística, e as demais que se encontram na periferia da estrutura de poder (movimentos sociais e o simples cidadão de uma maneira geral), sofrendo, quase sempre, uma exclusão sistemática do debate público articulado pelo jornalismo que compromete a representatividade da representação simbólica que constrói da realidade.

No mesmo sentido, Hall e outros pesquisadores (1999) chegam a denunciar que, quase sempre, os jornalistas não são os definidores primários - e sim secundários - da notícia devido à sua dependência das informações estratégicas monopolizadas pelas autoridades do aparelho de Estado e das grandes corporações do mercado. Nesta crise estrutural de sentido, Hall (2004), analisando a codificação e decodificação dos sentidos construídos no telejornalismo, registra a prevalência do que denomina de código dominante, porém não descartando a possibilidade de existência dos códigos de oposição e negociado.

Portanto, os coprodutores vêm contribuindo para a ampliação do õmundo possível (ALSINA, 2009) articulado pelas notícias, apoiando õas instituições intermediárias no âmbito de um ÷mercado desreguladoø de oferta de sentido, de maneira que realmente possam atuar õcomo geradoras e sustentadoras de sentido na conduta de vida dos indivíduos e na coesão de comunidades de vida (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 74-83). Mesmo que suas produções se insiram na ambigüidade já observada pelos interacionistas simbólicos (RÜDIGER, 1998), que atinge toda tecnologia da comunicação, de poder tanto propiciar a maximização do conhecimento como a ritualização da violência simbólica, não se pode menosprezar a perspectiva dos coprodutores de notícias de ensejar a inclusão de sentidos contrafactuais e contra-hegemônicos capazes de promover mudanças sociais e, conseqüentemente, conferir maior legitimidade à ordem institucional.

### Referências bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

\_\_\_\_\_. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BLÁZQUEZ, Niceto. **El desafío ético de la información**. Salamanca, Espanha: San Esteban, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**, seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Brertrand Brasil, 2000.

CASERO, Andreu; MARZAL, Javier (editores). **Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias**. Zamora, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Edit. Paz e Terra, 1998.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget Editora, 1999.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo como serviço público no Brasil: reflexões sobre o exercício do direito à comunicação no Jornal Nacional/TV Globo. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos do telejornalismo em Rede Nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009.

\_\_\_\_\_. Telejornalismo e Público: sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; \_\_\_\_\_. **O Brasil (é) ditado**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.

ESPIRITUSANTO, Oscar; RODRÍGUEZ, Paula Gonzalo. **Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación**. Barcelona: Ariel, 2011.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediadores culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brian. A produção social da notícia: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e õestóriasõ**. Lisboa: Vega, 1999.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**. Investigações em psicologia social. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

OLIVA, Llúcia; SITJÀ, Xavier. **Las noticias en radio y televisión: periodismo audiovisual en el siglo XXI**. Barcelona: Omega, 2007.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à Teoria da Comunicação**. São Paulo: Edicom, 1998.

SÁBADA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticias: el binômio terrorismo-medios**. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social**. Madrid, Amorrortu, 2004.

SEARLE, John. **La construcción de la realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

VILCHES, Lorenzo. **La televisión. Los efectos del byen y del mal**. Barcelona: Paidós, 1996.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: \_\_\_\_\_(org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

\_\_\_\_\_; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes**. In: 7º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. A pesquisa em jornalismo em um mundo em transformação. São Paulo: Sbpjor, 2009.