



Telejornalismo, Construção da Realidade e Esfera Pública Brasileira¹

Helena Castro de ALENCAR²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O telejornalismo como objeto de estudo essencial para compreender a interpretação que a sociedade brasileira faz da sua própria realidade. Com essa defesa em vista, o presente artigo percorre os caminhos da sociologia do conhecimento e das teorias de construção da realidade a fim de elaborar uma argumentação sólida sobre a relevância da mídia para uma compreensão moderna e complexificada dos fenômenos sociais. À discussão da relação entre televisão e o “mundo da vida”, baseada em Schutz, somam-se as repercussões sociais do que é noticiado no meio televisivo numa visão construcionista, com Berger e Luckmann, bem como as contribuições de Bourdieu para o desenvolvimento da crítica sobre o meio como campo de lutas. Finalmente, com uma abordagem inspirada em Habermas, chega-se à proposta da centralidade do telejornalismo na esfera pública brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: construção da realidade; esfera pública; telejornalismo.

Introdução

Estudar o telejornalismo brasileiro demanda uma reflexão aprofundada sobre o papel que ele exerce para uma sociedade mais crítica e para a formação de cidadãos mais conscientes do seu papel. Ao mesmo tempo, é uma oportunidade de perceber *para quem* os rostos mais conhecidos do jornalismo se dirigem ao estruturar o noticiário – que povo procuram espelhar, o que creem que seja mais ou menos relevante, o que entendem que pode ou não interessar aos espectadores, o que julgam que deve ser assistido no horário nobre da televisão brasileira. É, portanto, um objeto riquíssimo quando se busca compreender as relações de representar e ser representado, interiorizar o que foi exteriorizado e exteriorizar sua interioridade, compor a realidade quando se está imerso nela, sendo também seu produto – problemáticas dialéticas caras aos teóricos da construção social da realidade.

Este artigo consiste, portanto, numa abordagem crítica do papel do noticiário televisivo para a construção da realidade, preocupando-se em estabelecer relações entre as escolhas cotidianas do telejornalismo e a “visão de mundo” predominante na

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFPE, e-mail: helenacalencar@gmail.com.



sociedade brasileira, compreendendo suas mútuas influências e chamando atenção para suas possíveis repercussões. Para isso, partiremos de uma breve revisão teórica da sociologia do conhecimento, que abriga não apenas os teóricos construcionistas da realidade como também importantes contribuições fenomenológicas, estruturalistas e marxistas para essa linha de interpretação dos fenômenos sociais. Nesse percurso, procuramos estabelecer um diálogo entre teoria sociológica e as preocupações próprias do campo da comunicação e, particularmente, do telejornalismo, esboçando uma justificativa para a relevância da pesquisa na área e lançando bases para reflexões que pretendem ser desenvolvidas pela autora na pesquisa de mestrado em curso.

Da sociologia do conhecimento à construção do real

Para pensar a construção da realidade é preciso, inicialmente, compreender suas raízes na sociologia do conhecimento. Num momento pós-Revolução Industrial, muitos teóricos se voltam para a reflexão em torno dos “erros” cometidos na compreensão da realidade social, passando a reconhecer a influência que o “mundo exterior” exerce sobre as concepções subjetivas e tentando dar conta não apenas da relação homem-natureza, mas também e principalmente das relações intersubjetivas. A sociologia do conhecimento diria respeito, portanto, ao estudo das *condições sociais de produção* de conhecimento (BURKE, 2003). Já com Weber e Scheller, a sociologia passa a se preocupar com o contexto, em “situar” socialmente as ideias, visões de mundo e “estilos de pensamento”, mas é partir da publicação da obra “O problema de uma Sociologia do Conhecimento” por Karl Mannheim, em 1920, que esse ramo da sociologia se consolida, tendo como quadro de referência o materialismo histórico e conseguindo incorporar ainda tendências do idealismo alemão e da fenomenologia.

Para Mannheim, os interesses sociais de um dado grupo deixam seus membros mais “sensíveis” a certas questões sociais. Adepto, como já dito, do materialismo histórico, ele percebe no pensamento de Marx uma transição fundamental da ideologia como concepção particular para total, vislumbrando as raízes da possibilidade de uma ciência que conseguisse traçar as limitações sócio-históricas das doutrinas filosóficas e políticas de uma época. Para ele, no entanto, Marx não conseguiu aplicar a crítica que fez do sistema burguês de pensamento à sua própria ideologia – e seria essa transição entre a formulação especial de Marx para uma formulação geral que ele se propunha a fazer com o método da “sociologia do conhecimento”, uma disciplina que, resumidamente, “explora a dependência funcional de cada posição intelectual da



realidade diferenciada do grupo social que lhe está subjacente, e que se coloca a tarefa de retraçar a evolução das várias posições” (MANNHEIM et al., 1967, p. 98). Essa noção, contudo, traz o problema epistemológico clássico do historicismo radical: o relativismo, que Mannheim tenta vencer pela ideia do “relacionismo” (THOMPSON, 2009).

Entre os anos 1930 e 1960 surge uma “segunda geração” dessa corrente teórica (BURKE, 2003). Nessa fase pós-Mannheim da sociologia do conhecimento, se situam autores como Robert Merton, Florian Znaniecki, Georges Gurvitch, também Peter Berger e Thomas Luckmann com sua *construção social da realidade* e ainda a antropologia de Claude Lévi-Strauss, a história da ciência de Thoman Khun, a filosofia de Michel Foucault, a teoria dos *establishments* científicos de Norbert Elias, a discussão de conhecimento, interesses humanos e esfera pública de Jürgen Habermas e a prática teórica de Pierre Bourdieu. Nesse momento, há uma ênfase nos processos de aquisição e transmissão de conhecimento, uma inclusão e valorização dos conhecimentos práticos, locais e cotidianos, um maior interesse pela microsociologia e pela antropologia e uma atenção especial a aspectos como classe social e geração, somados aos elementos de gênero e da geografia.

Também entre os autores que se destacaram por relacionar conhecimento e realidade social, elementos cognitivos e agir prático, Crespi e Fornari (2000) citam George Mead e sua concepção de que a unidade subjetiva (*self*) a e mente se constituem no interior do processo social de comunicação intersubjetiva, na partilha de significados comuns; Edmund Husserl e seu método fenomenológico transcendental neokantiano, que criticava a ideia positivista de ciência e entendia que a compreensão do mundo se dava na relação com o outro; Alfred Schütz, que inspirou Berger e Luckmann ao afirmar que a realidade seria resultado de intercâmbio comunicativo entre os atores sociais e os comportamentos sociais poderiam ser codificados em tipificações, devido aos significados culturais partilhados; e o próprio John Searle, com a teoria da verdade como correspondência entre fatos e enunciados e a afirmação de que “há uma realidade totalmente independente de nós” (SEARLE, 1997, p. 22). Esses e outros teóricos compõem o extenso arcabouço de uma tendência a compreender que toda forma de conhecimento, seja ele comum ou científico, se relaciona com o contexto sócio-cultural no qual esse conhecimento se desenvolve, que as atividades cognitivas e interpretativas dos atores sociais são constitutivas da realidade social e que a construção social da realidade resulta de contínuos processos de criação, produção e reprodução dos fatos



institucionais, que subsistem com base nas crenças e na intencionalidade coletiva, bem como na observância prática das regras que os constituem (CRESPI; FORNARI, 2000).

A teoria da construção social da realidade é, pois, uma linha de pensamento que apreende a realidade social como algo *construído* e não dado ou natural (CORCUFF, 2001, p. 8). Há uma tentativa de superação dos dualismos clássicos da sociologia, como idealismo *versus* materialismo, sujeito *versus* objeto, coletivo *versus* individual na compreensão da relação intrínseca e mutualística entre os elementos desses pares de conceitos.

É um desafio assumido, de diversas maneiras, pelas problemáticas que denominamos de construtivistas, e que supõe um deslocamento do *próprio objeto da sociologia*: nem a sociedade nem os indivíduos, encarados como entidades separadas, mas as *relações entre indivíduos (...), bem como os universos objetivados que elas fabricam e que lhes servem de suportes, enquanto eles são constitutivos ao mesmo tempo dos indivíduos e dos fenômenos sociais*. (CORCUFF, 2011, p. 24, grifo do autor)

Nesse sentido, a historicidade dos fenômenos ganha relevância, a dialética predomina como modo de analisar os fenômenos sociais, sem perder-se no niilismo de compreender a realidade apenas como representação – pelo contrário, trata-se de uma nova forma de realismo que, diferente do positivismo, é capaz de questionar o que está “dado”.

Também não podemos deixar de mencionar as contribuições recentes da psicologia social, particularmente do estudioso romeno radicado na França Serge Moscovici. No foco da abordagem desenvolvida por esse autor, o conceito de representações sociais chega com Durkheim, mas, enquanto a sociologia se limitou a vê-las como artifício explanatório sem investigar sua dinâmica interna, a psicologia social passa a percebê-las como *fenômeno* (MOSCOVICI, 2003, p. 45). Nessa mudança de angulação, Moscovici acrescenta duas qualificações significativas: primeiro, que as representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de *compreender e comunicar* o que os sujeitos sociais já sabem, possuindo duas faces interdependentes, a saber, a icônica (imagem) e a simbólica (significação), que iguala mutuamente. Segundo, que as representações sociais são *dinâmicas* e não estáticas, como queria Durkheim na linha kantiana. Moscovici sublinha esse segundo ponto na medida em que seu interesse é estudar as representações sociais na *sociedade atual*, na qual elas “nem sempre têm tempo suficiente para se sedimentar completamente para se tornarem tradições imutáveis” (MOSCOVICI, 2003, p. 48), não por isso perdendo sua



importância como sistemas unificadores. Isso é ainda mais gritante por causa dos meios de comunicação de massa, que aceleram a tendência de explicar e unificar, ou seja, de reconstituir permanentemente tanto a realidade quanto o “senso comum”.

Esse brevíssimo quadro teórico visa, tão somente, nos ajudar a situar a discussão que empreenderemos a seguir: a defesa do construtivismo como teoria adequada para os estudos de jornalismo – e, particularmente no nosso caso, de telejornalismo – no Brasil. Para isso, precisamos ter em mente a superação de uma dicotomia entre a exterioridade real e a interioridade do sujeito, ainda bastante arraigada tanto nos meios acadêmicos quanto no senso comum. Situamos, portanto, nosso lugar de fala na relação intrínseca entre sujeito e realidade mediada pelas representações, pelos “mapas de significados” (HALL, 1997) para os quais, na contemporaneidade, o jornalismo contribui decisivamente e, no Brasil, a televisão ocupa papel de destaque.

Televisão e o “mundo da vida”

Quando Alfred Schutz (2003), no início do século XX, colocou a sociedade, o “mundo da vida” (ou “mundo do senso comum”) e a “atitude natural” como problema filosófico central da sua fenomenologia, tomando os pressupostos da vida cotidiana como principal alvo de uma fundamentação racional, esse cientista social austríaco propiciou um aporte de sentido ao estudo dos meios de comunicação que complexificou substancialmente a análise do jornalismo. Primeiramente porque a prática jornalística é justamente a atividade profissional da captação, organização, estruturação e comunicação diária dos elementos que compõem esse “cotidiano” pesquisado por Schutz. O trabalho do jornalista é, portanto, estabelecer as pontes entre os sujeitos sociais e a realidade que os rodeia e da qual (por serem organismos, logo possuem um espaço e tempo fisicamente bastante limitado) não podem tomar *conhecimento direto* todos os dias em sua completude.

Em segundo lugar, vale notar que, quando Schutz fala em “tipificações” como aquelas estratégias utilizadas pelo sujeito na sua relação com o mundo e com os outros a fim de apreender a realidade, ele tratava do mesmo ponto que é discutido por Stuart Hall (1997) ao mencionar os “mapas de significados” comuns que são realimentados pelos meios de comunicação. Quer dizer, o papel do jornalismo é fundamental para fornecer os “horizontes de ação” da conduta humana em sociedade, na medida em que, através do noticiário, tomamos contato todos os dias com um imenso inventário de situações, possibilidades de interpretação e significados disponíveis no “mundo do senso comum”,



nessa realidade eminente com a qual lidamos. “Inserir-se no mundo significa também comunicar-se com ele”, diria Schutz (2003, p. 29), e essa comunicação num mundo em que realidades cada vez mais espacial e temporalmente distantes se influenciam mutuamente se dá através dos meios de comunicação.

É a fenomenologia de Schutz que lança as bases para a *teoria da construção social da realidade* de Peter Berger e Thomas Luckmann, que terá desdobramentos ainda mais incisivos no estudo da mídia. Para esses pensadores, sendo a sociedade uma realidade ao mesmo tempo subjetiva e objetiva, qualquer análise dela deve levar em conta os momentos de *exteriorização* da subjetividade, *objetivação* de uma realidade que independe do sujeito para existir e *interiorização* dos elementos que permeiam essa realidade. Tais processos devem ser vistos não como sequenciais, mas em uma relação dialética e simultânea. Isso vale também para um membro individual desta sociedade, “o qual simultaneamente exterioriza seu próprio ser no mundo social e interioriza este último como realidade objetiva” (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 173).

Assim, dando um passo à frente das compreensões que reduzem o homem à estrutura social ou aos processos da mente, eles postulam que, “na dialética entre a natureza e o mundo socialmente construído, o organismo humano se transforma. Nesta mesma dialética o homem produz a realidade e com isso se produz a si mesmo” (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 241). Esses autores afirmariam ainda que os meios de comunicação de massa, dos livros à televisão, desempenham um papel central na orientação moderna de sentido.

São intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo que as outras instituições produzem em matéria de interpretação 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; LUCKMAN, 2004, p. 68)

O paradigma construcionista foi, então, amplamente integrado à pesquisa em comunicação (HOHFELDT, 2008; TRAQUINA, 2004; VIZEU, 2008; WOLF, 2005), pois revela a complexidade de um processo que nada tem de linear, isento, imparcial ou objetivo, pelo contrário – é um trama de interesses que vai do mercado ao consumidor final da informação, passando por vários níveis de filtros profissionais e pessoais.

Temos, portanto, três pontos importantes que, em larga medida, justificam a centralidade do telejornalismo para compreender a sociedade brasileira: como todas as



demais formas de jornalismo, ele é mediador da relação entre sujeito e realidade, fornecedor de esquemas interpretativos desta realidade e participante ativo na sua construção. Claro que essa tríade se aplicaria a muitos outros aparelhos sociais além da mídia, da educação formal à religião, dos livros aos diálogos entre pais e filhos na hora do jantar. Mas o que dizer dos cerca de 40 minutos diários nos quais mais de 100 milhões de brasileiros assistem ao mesmo noticiário televisivo para tomar contato com os “fatos mais importantes do dia” – segundo determinado por alguém ou por uma equipe de jornalistas, ainda que isso não seja posto em questão – com a certeza da fidedignidade do que estão vendo na televisão? Há fenômeno tão homogêneo em escala similar com qualquer outro meio de comunicação ou aparelho social que possa fazer frente ao poder que detém esse canal direto com a população, conectado diretamente com as famílias, no lugar de destaque da sala de jantar? Seria possível, portanto, discutir a sociedade brasileira sem levar em conta algo desta dimensão?

A análise dos telejornais nos fornece, pois, importantes pistas sobre a circulação dos discursos, a formação de mentalidades e a visão de mundo da maior parte da população brasileira. Se 59,4 milhões de residências ou 96,9% dos lares brasileiros possuem um televisor, número que supera ainda os que têm geladeira (95,8% do total), é devido ao fato de que a televisão, enquanto dispositivo e linguagem, é representativa para o cotidiano de centenas de milhares de brasileiros³. Também porque, revelam as pesquisas, cerca de 75,2 milhões (42,9%) de pessoas no país assistem televisão por mais de três horas diárias – com o bônus da surpresa para os apocalípticos da “morte” da televisão de que 58,2% das crianças de até 9 anos e 58,8% dos jovens entre 10 e 17 anos estão entre esses espectadores, sendo essas as faixas de idade com maior percentual de realização dessa atividade.

Mais que isso: quando o assunto é telejornalismo, é válido notar que a televisão aberta é a principal fonte de informação dos brasileiros, segundo 94% dos entrevistados pela pesquisa “Hábitos de Mídia 2011” do Instituto Datafolha⁴. Por sua vez, o Jornal Nacional é o noticiário televisivo mais assistido do país⁵, com uma média de 35 pontos

3

Todos os dados apresentados neste parágrafo constam na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2011 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referente ao período de 2001-2009 (IBGE, 2012).

4

Disponível em:
<<http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/45840/pesquisa+datafolha+aponta+que+21+milhoes+de+brasileiros+se+informam+por+meio+de+jornais>>. Acesso em 02 de maio de 2012.

5



no Ibope e 57% de participação na audiência⁶, sendo ainda referência para outros telejornais, jornais impressos e sites de notícia. Os números são indicativos que reforçam a importância de estudar criticamente as estratégias utilizadas para chamar atenção dos telespectadores, bem como entender a repercussão que o tratamento dado a certas notícias pode gerar.

Podem-se questionar, então, as razões pelas quais esse contingente enorme de pessoas não só confia na informação que recebe do telejornal como também incorpora à sua rotina diária o hábito de assisti-lo. Neste sentido, compactuamos com Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (in VIZEU, 2008) quando eles apresentam a hipótese do telejornalismo como *lugar de referência* para os brasileiros. De acordo com esses autores, a informação noticiosa é uma forma de conhecimento que pertence a um contexto teórico da “práxis” e que teria as seguintes funções reconhecidas: exotérica, no sentido empregado por Bourdieu (1997), de tornar compreensível para o grande público informações a princípio esotéricas, herméticas, fechadas em uma comunidade; pedagógica (ou didática), ou seja, de pré-ordenar um universo discursivo a fim de oferecer ao interlocutor orientações e respostas; de familiarização (com um tema, um rosto, uma comunidade, uma prática social, etc.); e de segurança, que se propôs então substituir pela ideia de *lugar de referência*.

A mudança não é uma mera troca de termos. Para os autores, o jornalismo é um lugar de referência na medida em que discursa sobre a atualidade no “presente do ato comunicativo” (VIZEU, 2008, p. 23). Também porque propõe certa objetividade ou verdade daquilo que é dito, interpela os espectadores, aciona seus percursos discursivos e traduz as informações técnicas de modo didático para a audiência, funcionando, então, como um “laço social” (em termos de WOLTON, 2004 op. cit. VIZEU, 2008, p. 25), em uma realidade de distanciamento dos laços primários, tais como a família, a vizinhança, a classe e a religião. “O país se veria como uma nação, uma comunidade imaginada” (VIZEU, 2008, p. 25).

A hipótese do telejornalismo como lugar de referência diz muito das práticas sociais do brasileiro. Quando assistimos a uma notícia no telejornal, não pontuamos de

Dados da pesquisa “Hábitos de informação e formação de opinião da população brasileira” realizada pelo Instituto Meta para a Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro) em 2010. Disponível em: <<http://www.fenapro.org.br/relatoriodepesquisa.pdf>>. Acesso em 27 de julho de 2012.

⁶

Segundo a página da Direção Geral de Comercialização da Rede Globo, disponível em: <http://comercial.rede-globo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php>. Acesso em 24 de outubro de 2012.



que fontes ela partiu e a quem interessa, não pensamos se ela entrou no ar por ter uma boa imagem ou por imposição de um superior, não nos indagamos dos direcionamentos do produtor antes da equipe sair para a rua, não nos questionamos em que medida aquela história poderia ser contada sob um ângulo diferente se outro repórter fizesse a cobertura, não imaginamos que o editor pode ter cortado algum texto ou optado por uma imagem mais ou menos chocante, tampouco vem à nossa mente o que pode ter *deixado de ir ao ar* naquela mesma noite por decisão do editor-chefe ou da diretoria de jornalismo da empresa. Não há, portanto, uma propensão crítica em relação ao telejornal que está sendo assistido (pelo menos no que diz respeito à maior parte da população), pelo contrário: em termos de Schutz (2008), já *tipificamos* em nossa mente o conteúdo que vai ser transmitido no noticiário televisivo como *a verdade* daquele dia, como o que houve de mais relevante.

Da mesma forma, se alguém põe em dúvida na manhã seguinte algum fato que comunicamos, podemos atestar sem medo: “é verdade, deu no telejornal, eu vi na TV”. Uma afirmação costumeira, mas reveladora do tipo de relação estabelecida entre os brasileiros e os veículos de comunicação: a da *referencialidade como endosso*, com a informação do telejornal servindo para corroborar versões de fatos, interpretações de acontecimentos e, em longo prazo, visões de mundo. Sequer pensamos nas emissoras como empresas, mas como prestadoras de serviço – no que concerte à televisão aberta e gratuita –, ou nos apresentadores como sujeitos com concepções de mundo próprias, tampouco na longa cadeia de produção da notícia. A referencialidade dos telejornais é algo que nos parece natural, assim como sua credibilidade e seu compromisso com a informação.

Da mesma forma, também podemos pensar em *referência no sentido de ponto de localização*. Analogamente, os telejornais são uma indicação do nosso lugar no mundo e na sociedade, na medida em que atuam reforçando tipificações e estereótipos, conservando nossa base de significados ou implementando novos padrões. Novamente lançando mão da fenomenologia (SCHUTZ, 2008), poderíamos afirmar que, ao assistir o telejornal, o sujeito dotado de um tempo, um espaço e uma subjetividade na relação com a realidade, se ressitua intersubjetivamente no contato com a comunidade da qual ele faz parte no momento em que partilha daquela emissão televisual com outros milhares de espectadores. Ele reafirma, pois, seu tempo no contato com a atualidade, seu espaço na relação com as notícias que ocorreram aqui (próximo) ou ali (em outra



cidade, estado, país...) e sua subjetividade, quando reforça o seu acervo partilhado de acontecimentos e objetos do mundo.

Esse cenário não se limita ao Brasil, como aponta Mariano Cebrián Herreros (2004). Para esse teórico espanhol, a televisão não é só mais um meio de comunicação, mas a fonte de informação por excelência da população, sublinhando, assim, o protagonismo desse veículo. O telejornal, ele afirma, localiza-se no cerne de uma relação que envolve controles *comerciais e políticos*, relacionados aos anseios da audiência e dos patrocinadores, bem como aos interesses das empresas de comunicação, e que precisam ser articulados com sua função de *prestação de serviço*, enfoque que, para este autor, estaria enfraquecendo frente aos demais (HERREROS, 2004). Percebe-se, então, que o jornalismo (incluindo também e, talvez, principalmente o televisivo) é, numa definição baseada no conceito de campo social de Bourdieu (in ORTIZ, 1983), um espaço de lutas, um lugar de disputas que compreende relações de força, monopólios, estratégias, interesses e lucros. O campo, para esse autor, é caracterizado por “mecanismos específicos de *capitalização* dos recursos que lhe são próprios” (CORCUFF, 2001, p. 54), recursos esses que incluem não apenas o capital econômico, mas aqueles cultural, político, simbólico, etc.

Reconhecendo os processos simultâneos de *interiorização da exterioridade e exteriorização da interioridade*, Bourdieu reforça o princípio de que não podemos relevar o poder das construções simbólicas veiculadas pela mídia no estabelecimento de relações de sentido e, portanto, na construção da realidade. A linguagem, principal ferramenta de trabalho do jornalista, é o elemento simbólico essencial para que se dê esse duplo movimento de materialização (objetivação ou, ainda, institucionalização) e representação (percepção, tipificação), para contemplarmos as terminologias dos autores com os quais viemos trabalhando. No caso da televisão, acredita Bourdieu, a tendência seria, sobretudo, de conservação: o telejornal teria se convertido em um produto que “convém a todo mundo, que confirma coisas já conhecidas, e, sobretudo, que deixa intactas as estruturas mentais” do seu público (BOURDIEU, 1997, p. 64).

Representações e esfera pública midiática

Para tornar ainda mais clara a centralidade do telejornalismo na mediação simbólica entre a “realidade” e o grande público, precisamos situá-lo no cerne do processo que vincula “coisas”, conceitos e signos que Hall denomina de *representações* (HALL, 1997, p. 6). Para esse autor, uma maneira de pensar a cultura seria em termos



de mapas conceituais e sistemas de linguagem compartilhados, de códigos que governam a relação de tradução entre eles, fixando a relação entre conceitos e signos. Assim, não se pode falar de simples indivíduos biológicos, mas de *sujeitos culturais*, que internalizam inconscientemente os códigos que lhes permitem expressar certos conceitos e ideias através dos sistemas de representação, tais como a escrita, a fala e os gestos, e interpretar as ideias que lhes são comunicadas lançando mão destes mesmos sistemas (HALL, 1997, p. 8).

Logo, na perspectiva construcionista que adotamos, representar significa introduzir vínculos entre diferentes ordens de coisas: o que chamamos de “mundo das coisas”, o “mundo conceitual” e os signos, organizados nas linguagens. O que torna possíveis essas “traduções” entre mundos são os *códigos*, daí a relevância para Hall das noções de *codificação* (uso ativo do código, colocar as coisas no código) e *decodificação* (interpretação por outros sujeitos), tendo claro que, “porque os sentidos são mutáveis e deslizam, os códigos operam mais como convenções sociais que como leis fixas ou regras inquebráveis” (HALL, 1997, p. 42). No ensaio “Codificação e Decodificação”, quando esse autor rompe com a perspectiva linear e behaviorista dos estudos de televisão, propondo um modelo que complexifica o processo de codificar e decodificar tanto no polo da produção quanto no da recepção, Hall chama atenção ainda para o erro de associar o referente do discurso televisivo a um fato subjetivo, como se o nível interpretativo fosse um fato individual e particular. Para esse teórico, pelo contrário, a prática televisiva assume responsabilidades “objetivas” na medida em que organiza a relação dos signos com a consciência do ambiente (HALL, 2003).

É dessa a perspectiva que compactuamos e, entendendo essas responsabilidades objetivas do telejornalismo e seu impacto social, ressaltamos o seu papel especialmente na esfera pública brasileira, pelas próprias características culturais de acesso a informação no País, que já apresentamos estatisticamente. Jovchelovitch (2000) defende a esfera pública como o espaço da realidade intersubjetiva em que as representações sociais são geradas, se cristalizam e se transformam. A esfera pública, portanto, não só fornece o contexto para que as representações sociais se desenvolvam como também é elemento central de sua formação, que se dá através das relações substantivas da vida pública (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 175). Essa constatação tem como consequência o reconhecimento de uma relação estrutural entre a gênese e o desenvolvimento das representações sociais, sua dupla face que articula constância e mudança – já que, se apresentam as características históricas e culturais das sociedades das quais emergem,



também são inseparáveis da dinâmica do cotidiano, a relação direta das representações com os processos de construção identitária, propondo uma identidade e, ao mesmo tempo, auxiliando interpretação da realidade. “As práticas comunicativas do cotidiano transformam estes saberes, atos e afetos em representações sociais, que irão, por sua vez, re-alimentar a vida cultural e as práticas sociais da comunidade que as produziu” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 192), resume.

As representações não são, pois, distorções da realidade, mas uma relação que se estabelece com ela, dotando-a de sentido, carga afetiva e modos de expressão. Da mesma forma, tendo clareza dessa distinção, fugimos de uma tendência maniqueísta a perceber um telejornalismo manipulador, ou, em termos de Habermas (2004), dotado apenas de atos de fala perlocutórios, com um uso da comunicação orientado a consequências estrategicamente previstas e desejadas. Ao contrário – identificamos no *ideal* da profissão de jornalista aquela racionalidade comunicativa ilocucionária, ainda que nem sempre realizada na prática, mas como um horizonte de ação que motiva o fazer diário de um jornalismo de qualidade. Esse autor, no entanto, complexifica a própria relação entre comunicação e linguagem quando afirma que não se pode estabelecer uma conexão precipitada entre elas, já que nem todo uso da linguagem é comunicativo e nem toda comunicação visa um entendimento mútuo com base em pretensões de validade intersubjetivamente reconhecidas (HABERMAS, 2004, p. 125). Ficaremos, portanto, com o caminho do meio: nem o puro estratagema comunicativo da mídia, nem a idealização de um jornalismo livre de falhas e más intenções.

Voltando à questão do posicionamento do telejornalismo na esfera pública brasileira, retomaremos, primeiramente, o próprio conceito. Para Habermas, uma opinião *rigorosamente* pública seria aquela que se conseguiria se esses setores de comunicação fossem intermediados pela “publicidade crítica”, nas condições de democracia de massa do Estado social-democrata. Esse autor entende que o grau de caráter público de uma opinião é medido pela sua proveniência da esfera pública interna da organização, que deve se comunicar com uma esfera pública externa “que se constitui no intercâmbio jornalístico-publicitário através dos *media* entre organizações sociais e instituições estatais” (HABERMAS, 1984, p. 288). A centralidade dos meios de comunicação na esfera pública na contemporaneidade é, portanto, uma certeza para Habermas da qual compartilhamos. A própria diversidade comunicacional que vivenciamos – o que, vale ressaltar, não é sinônimo de pluralismo – nos leva a refletir na necessidade cada vez maior de se manter em contato com os mais variados contextos



e fontes de informação para compreender um mundo que se agiganta à medida que ultrapassamos as fronteiras comunicacionais. Também os grandes poderes da contemporaneidade – sejam governamentais ou privados – possuem plena noção do poder da comunicação para interferir na esfera pública, construir sentidos imediatos ou latentes, compor mapas de significados, manter ou desmontar relações de dominação, o que impele nossa atenção constante.

Considerações finais

A sociologia do conhecimento, a psicologia social e, mais especificamente, as teorias construcionistas lançaram as bases para uma sustentação epistemológica do campo do jornalismo, suprimindo uma carência de décadas de behaviorismo redutor e estruturalismo maniqueísta, ambos desvirtuando o sujeito e impondo sobre ele ora pelo determinismo psicológico, ora pelo engessamento social. Essas linhas de pensamento fundamentam uma tendência a compreender a comunicação como algo central para a própria constituição simbólica do mundo, dotando de sentido uma realidade que carece da representação para ser humanamente apreendida.

No caso brasileiro, o telejornalismo é primordial quando se discute a comunicação. A defesa da centralidade do noticiário televisivo entre os elementos constituintes da esfera pública brasileira passa, também, pela própria defesa do estatuto científico da comunicação, como nos lembram Vizeu e Rocha (2012) em obra recente. Para a dificuldade do reconhecimento do campo, pesa a própria ideologia dominante, e o telejornalismo surge na argumentação por razões evidentes:

Equipamento símbolo da contemporaneidade e da sociedade midiaticizada, a televisão realiza, através do gênero jornalístico, inquestionavelmente, de maior público – o telejornalismo –, a articulação ativa das diversas esferas públicas setoriais numa ampla esfera pública desencaixada das limitações de espaço e tempo como nenhum outro veículo anterior e até mesmo o webjornalismo apresentado pela rede mundial da internet ainda não consegue articular devido às limitações de sua base social. (VIZEU; ROCHA, 2012, p. 97)

Ainda há muito que se discutir em torno da relação entre telejornalismo, esfera pública e construção social da realidade. Acreditamos, apenas, que é preciso segurança num caminho teórico que não se desvirtue no exagero otimista de um webjornalismo ideal para o modelo democrático, tampouco para a certeza da existência de um real que é partilhado pelos sujeitos e, assim, representado, não apenas ilusório. Que a certeza de



que é na sua relação com o outro no mundo que o homem se constrói e reconstrói o mundo que vive não nos permita duvidar do potencial transformador que a comunicação carrega em si.

Referências

- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.
- _____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- _____. **Sobre a televisão**. Seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BURKE, Peter. **Uma história do conhecimento**: de Gutemberg a Diderot. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2003.
- CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias**: construções da realidade social. EDUSC: Bauru, 2001.
- CRESPI, Franco; FORNARI, Fabrizio. **Introdução à sociologia do conhecimento**. Bauru: Edusc, 2000.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- _____. **Verdade e justificação: ensaios filosóficos**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- _____. El trabajo de la representación. In: HALL, S. **Representation**: cultural representation and signifying practices. London: Sage, 1997. Trad.: Ellias Sevilla Casas.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999.
- HERREROS, Mariano Cebrián. **La información em televisión**. Gedisa Editorial: Barcelona, 2004.
- HOHFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- MANNHEIM, Karl; MERTON, Robert King; MILLS, C. Wright. **Sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.



ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

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

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social: escritos I**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005. vol. 1

VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo; ROCHA, Heitor. Telejornalismo, ciência e ideologia: a dificuldade de reconhecimento do estatuto científico da comunicação. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska (orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.