



As fontes de informação na cobertura sobre a Lei da Terceirização: uma análise da cobertura nos quatro principais noticiários de rede do Brasil

Frida Bárbara Leite Medeiros¹
Neroilton Raimundo Araújo do Nascimento Junior²
Maisa de Paula Oliveira Sousa³
Elvira de Oliveira Santana⁴
Vitor Curvelo Fontes Belém⁵

Resumo: Sancionada pelo governo no fim de março, a Lei da Terceirização, de número 13.429/2017, foi pautada nos meios de comunicação do país. A norma passou a permitir que as empresas terceirizem não somente suas atividades-meio, mas também as atividades-fim de seus trabalhos. Considerando que os telejornais no Brasil são as principais fontes de informação, este artigo apresenta uma análise da abordagem da mídia sobre o assunto. O estudo de caso tem como base reportagens exibidas nos quatro telejornais de maior audiência no país: Jornal da Record, Jornal Nacional, Jornal da Band e SBT Brasil, no período de 20 de março a 1 de abril de 2017. Assim, a pesquisa identifica o enquadramento, os tipos de fontes e o tempo dedicado a cada uma e a representação que as mesmas tiveram, com o objetivo de apontar a imparcialidade ou parcialidade na cobertura jornalística.

Palavras-chave: telejornalismo; lei da terceirização; enquadramento; fontes; representação.

1. Introdução

Ao longo dos anos os telejornais foram se consolidando como a principal fonte de informação da maioria dos brasileiros. Para Vizeu (2010), o telejornalismo ocupa um espaço central na sociedade brasileira como a mais fácil e barata informação que os cidadãos e cidadãs têm acesso. A “Pesquisa Brasileira de Mídia 2016”, encomendada pela

1 Graduanda em Comunicação Social- Jornalismo. Universidade Federal do Maranhão

2 Graduando em Comunicação Social- Jornalismo. Universidade Federal do Maranhão

3 Graduanda em Comunicação Social- Jornalismo. Universidade Federal do Maranhão

4 Graduanda em Comunicação Social- Jornalismo. Universidade Federal do Maranhão

5 Professor assistente da Universidade Federal do Maranhão

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), indica que a televisão é o meio de comunicação mais usado e aponta que 63% dos brasileiros entrevistados afirmam assistir TV diariamente, e que os jornais são os veículos considerados mais confiáveis.

Por meio da televisão o público passou a criar opiniões e despertar o interesse para a participação na resolução de questões problemáticas e na busca pelo bem-estar comum. Para Flávio Porcello (2005, p.2) “é através do jornalismo que as pessoas tomam contato com o que acontece no mundo”. É o momento em que se evidencia o comportamento dos meios de comunicação na formação da opinião pública.

Em contrapartida, os telejornais, encarados como representantes e agentes construtores da realidade social, são capazes de pautar a sociedade e determinar não aquilo que ela deverá constatar sobre um determinado assunto, mas, certamente, determinar qual temática a sociedade deve debater em cada momento. De acordo com Coutinho (2012, p. 43), “a lógica do jornalismo em televisão seria determinada pelo relacionamento de cada emissora com o sistema político, econômico e financeiro em que se insere, convertendo o telejornalismo em peça política”.

Neste contexto, a pesquisa tem por base a tônica da lei da terceirização, de quatro telejornais exibidos em horário nobre, nas emissoras de maior audiência do país, Rede Globo, SBT, Rede Record e Band. A proposta é entender como a mídia de maior audiência no país abordou essa temática nos noticiários, diante da relevância pública que o tema representa. Tomando por base as matérias exibidas pelos telejornais no período de 20 de março à 01 de abril de 2017; datas que compreendem as fases de discussão, aprovação e o sancionamento da lei. Desta forma, o presente artigo tem se estrutura de maneira a discutir como a lei da terceirização foi pautada nesses noticiários, identificando os critérios de noticiabilidade, as vozes e o enquadramento das fontes consultadas em cada telejornal, durante esse período decisivo para o projeto de lei aprovado.

Lei da terceirização

A terceirização só surgiu no Brasil em 1966, quando foi parcialmente regulamentada pela lei que permitia a contratação de segurança para bancos de forma terceiri-

zada. Após um ano, foi publicada a lei que permitia a terceirização, se executada pelo setor público.

(...) é uma relação jurídica que envolve o interesse de três partes. Daquela que contrata os serviços de uma empresa especializada em determinado serviço, a fim de poder concentra seus recursos materiais e humanos em sua atividade principal, chamada tomadora. Por sua vez, a empresa especializada nos serviços contratadas é chamada de prestadora. E finalmente, do empregado contratado pela prestadora, que desempenha suas funções beneficiando secundariamente a tomadora. (CASTRO, 2000 p.82).

No Brasil essa noção do trabalhador terceirizado já estava prevista em leis de direito trabalhista, mas limitava esse tipo de contrato para trabalhos temporários, na segurança, conservação e limpeza, desde que os serviços se relacionassem à atividade-meio do empregador. Com a nova lei da terceirização mudou-se a forma de como se trata a contratação de trabalhadores terceirizados no país, ou seja, quando uma empresa contrata funcionários por intermédio de uma terceira companhia. A lei regulamenta esse tipo de trabalho temporário e libera a terceirização para todos os setores de uma empresa.

A nova regulamentação, sancionada no dia trinta e um de março de dois mil e dezessete, amplia a possibilidade de oferta desses serviços, tanto para atividades-meio (que incluem funções como limpeza, vigilância, manutenção e contabilidade), quanto para atividades-fim (que inclui as atividades essenciais e específicas para o ramo de exploração de uma determinada empresa). Anteriormente, a terceirização só era permitida para atividades-meio.

A lei não altera direitos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), como férias, décimo terceiro salário e hora extra. Além disso, o projeto de lei aprovado também impede que seja firmado um contrato de terceirização nos casos de existência de vínculo empregatício. Conforme a nota publicada na edição extra do Diário Oficial da União, onde o presidente da república sanciona a lei nº 13.429 “que dispõe sobre o trabalho temporário nas empresas urbanas e dá outras providências; e dispõe sobre as relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros”⁶.

O principal objetivo do Projeto de Lei 4330/04, ou lei da terceirização, era regulamentar a contratação de serviços terceirizados e ampliar os casos em que a moda-

⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/lei/L13429.htm. Acesso em 15 de abril de 2017.

lidade de contratação é legal. Pelo texto, os serviços principais das empresas, chamados atividades fins, agora, com a lei aprovada, também poderão ter trabalhadores terceirizados.

A partir da nova legislação, a responsabilidade da empresa contratante pelo cumprimento dos direitos trabalhistas do empregado terceirizado, como pagamento de férias e licença-maternidade, é subsidiária, ou seja, a empresa que contrata o serviço é acionada na Justiça somente se forem esgotados os bens da firma terceirizada, quando a contratada não cumpre as obrigações trabalhistas e após ter respondido, previamente, na Justiça. Ao mesmo tempo, a empresa contratante pode ser acionada diretamente pelo trabalhador terceirizado, mas apenas quando não fiscalizar o cumprimento das obrigações trabalhistas pela contratada. A empresa contratante terá de fiscalizar mensalmente o pagamento de salários, horas-extras, 13º salário, férias, entre outros direitos, pela empresa terceirizada. Já a responsabilidade pelos pagamentos de encargos previdenciários e do imposto de renda relativos aos empregados terceirizados fica por conta da empresa contratante e não mais da que terceiriza o serviço.

Cobertura nos telejornais

Em meio a esse contexto de grande impacto para trabalhadores de todo o país é preciso refletir sobre a cobertura do tema nos telejornais, buscando entender as aproximações e diferenciações nas abordagens do assunto e das fontes.

O veículo com maior visibilidade pública também é uma ferramenta de compreensão do meio social e suas nuances. Pode-se perceber uma interdependência entre o brasileiro e o aparelho televisor; isso deve-se ao fato do telespectador ter a possibilidade de se ver representado nos noticiários.

Uma vez que há uma inclinação favorável a esta mídia de referência, as principais empresas de comunicação do Brasil têm se aprofundado em como manter este relacionamento ativo com audiência, através de um cardápio atrativo, que vai desde as programações de entretenimento, as de caráter jornalístico.

Não se trata só de estabelecer a perenidade do acesso, os programas de televisão, sobretudo os de caráter informativo, trabalham pautados na ideia de *mass media*, a comunicação a partir da difusão de massa, verificando a relevância do conteúdo ao público

alvo, afinal “os brasileiros acreditam mais na mídia que no governo” (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 11).

A credibilidade atribuída às mídias é um dos fatores apurados na Pesquisa Brasileira de Mídia, já relatada no início deste trabalho. A audiência é distribuída pelas principais emissoras: Globo, SBT, Record, Band, tendo a atenção de 92% dos telespectadores. Este é certamente um dos fatores que contribuíram para que o foco do nosso estudo de caso fossem os telejornais: Jornal Nacional, SBT Brasil, Jornal da Record e Jornal da Band; os principais jornais de cada emissora. Trata-se de telejornais noturnos e, portanto, com um grande índice de aceitação e consumo, uma vez que seus horários de transmissão são considerados nobres, perante a programação.

É certo afirmar que o resultado das produções televisivas, para chegar aos lares brasileiros e serem compreendidas, é preciso desenvolver uma abordagem acessível a diferentes públicos. Como lembra Esteves (1990, p.113) “no texto de televisão deve-se ter a certeza de que o telespectador vai seguindo a mensagem, sem trancos, compreendendo-a”. Desta maneira, as matérias seguem, muitas vezes, uma padronização, desenvolvendo os assuntos, buscando conciliar um diálogo entre o ponto de vista das classes envolvidas.

O resultado desse processo é que os telejornais acabam pautando as conversas e bate-papos informais por diversas localidades. É a interação do telespectador com a informação; e a ressignificação desta, quando colocada sob ponto de vista de outras pessoas.

Aos poucos começa-se a levar em consideração características socioestruturais e culturais dos indivíduos que integram a audiência, tais como grau de instrução, classe social, profissão, faixa etária, gênero, e outros mais relativos ao grau e tipo de consumo dos *mass media*. Vai-se mostrando, pouco a pouco, que os receptores não compõem vazios à relação com emissores, meios e mensagens. Essas características funcionam como “filtros” ou “instâncias mediadoras” e serão responsáveis por determinar a “seletividade” e, portanto, a limitar os efeitos (GOMES, 2004, p. 225).

Diante de um tema complexo e abrangente (no que se refere ao número de pessoas afetadas), como a cobertura sobre as mudanças legislativas é interpretada pelo teles-

pectador? Que filtros se estabelecem por um público tão diverso? Os questionamentos são comuns a muitos temas no jornalismo e, mesmo que os repertórios condicionem a mediação, é preciso levar em consideração que, como meio popular, a televisão tem a confiança irrestrita de muitos que assistem. Por isso mesmo, Guilherme Rezende (2000) lembra dos consumidores passivos de informação. “É justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo se torna mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação” (REZENDE, 2000, p.24). Dessa forma, as posições editoriais e os interesses políticos e econômicos, implícitos ou explícitos nas coberturas, inevitavelmente são absorvidos pelo público. Para entender a abordagem do tema em questão, este trabalho restringe-se a observar o papel das fontes nos sentidos das reportagens.

As fontes e a contribuição no direito à informação.

O Direito à Informação é componente elementar, e integra tanto a Constituição Brasileira como a Deontologia do Jornalismo. Garante ao cidadão acesso, contribuição e recepção da informação.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.

O Jornalismo deve contribuir para que este direito, por ser um representante social. Validando a própria sociedade que consome a informação, como colaboradora, como fonte secundária, individual ou testemunhal conforme categorização de Lage (2001:66,67).

Essa contribuição da sociedade, compõem a polifonia ou a pluralidade da notícia, sobre tudo em assuntos que perpassam vários setores que precisam ser ativados e representados nas discussões mediadas pelos jornalistas. Dentro desse espaço de convergência de representatividades, anular uma voz pode ocasionar na desarmonia do direito à informação. Rodrigues (1996:1), acredita que o discurso jornalístico é mediador, garantindo deste modo a constituição de um sentido igualitário e de coesão social.

Observar as fontes e a representatividade coletiva, inerente a matérias de interesse público, é emplacar um processo de verificação se a ausência ou a supervalorização de uma classe não está colocando em risco a democratização da informação.

Os meios de comunicação são elementos de orientação social. Desse modo, é premente a transparência na divulgação de informações. Para isso, faz-se necessária a independência da mídia em relação às lógicas econômicas e aos organismos governamentais. (BRITTOS; DOURADO, 2013, p.50).

Não há como garantir uma coletividade nas apurações se o que for colocado como fator determinante é o interesse dos empresários, ou de um grupo político específico. A jornalista Ana Lúcia Novelli (2006) explicita que “nos veículos de comunicação pública, quando conduzida de forma ética e responsável, tem a possibilidade de promover e consolidar o engajamento ativo dos cidadãos nas definições e implantações de políticas públicas” (NOVELLI, 2006.p. 88).

Estudo de caso

Para atender aos objetivos desta pesquisa, será utilizada a técnica de análise de conteúdo, que segundo Bardin (2006, p.38), é:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores(quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção(variáveis inferidas) dessas mensagens.

A metodologia quantitativa é usada para acompanhar o estudo, tendo como variáveis a tipificação e o enquadramento de fontes. Assim, toma-se como referência os noticiários televisivos, exibidos em horário nobre, produzidos pelas quatro maiores emissoras comerciais do país. O corpus é formado por doze edições do Jornal da Band (TV Bandeirantes), Jornal da Record (Record TV), Jornal Nacional (TV Globo) e SBT Brasil (SBT). A quantidade de edições compreende um período de duas semanas; intervalo em que se discutiu e aprovou o projeto na Câmara dos Deputados, bem como o sancionamento da lei. Todos os telejornais em questão são exibidos de segunda a sábado, na faixa de horário entre sete e nove horas da noite.

A primeira observação é referente a presença e ausência da cobertura sobre o tema nesse período. Constatou-se que todos produziram reportagens, com diferenças na quantidade e tempo dedicado ao assunto, conforme indicado na Tabela 1.

REPORTAGENS		
TELEJORNAIS	CORPUS	TEMPO TOTAL
JORNAL NACIONAL	1	1'51''
JORNAL DA RECORD	2	4'34''
JORNAL DA BAND	7	20'40''
SBT BRASIL	2	3'

Tabela 1 – Quantidade de reportagens exibidas pelos telejornais e as respectivas somas do tempo

No Jornal da Record exibido de segunda a sábado, apresentado por Celso Freitas e Adriana Araújo, foram veiculadas apenas duas reportagens sobre a Lei da Terceirização, uma no dia 23 e a outra no dia 31 de março. O Jornal da Band, apresentado por Paloma Tocci e Ricardo Boechat, exibiu sete matérias, realizando a maior cobertura sobre o assunto entre as emissoras em questão: nos dias 22, 23 (duas matérias), 24, 27,

30/03 e 01/04. Cada reportagem com durabilidade entre dois minutos e quarenta e quatro segundos a quatro minutos e cinquenta e cinco minutos. Foi o noticiário que mais ofereceu conteúdo e desdobramentos da temática em estudo. Já o Jornal Nacional, principal produção jornalística da Rede Globo, apresentado por Renata Vasconcellos e William Bonner, exibiu apenas uma reportagem sobre a lei da Terceirização no período analisado. A matéria foi executada em Brasília por Zileide Silva e exibida no dia 23 de março, data da aprovação do projeto na Câmara dos Deputados. No caso do SBT Brasil, apresentado por Joseval Peixoto e Rachel Sheherazade, foram duas matérias sobre o assunto, com cerca de dois minutos, onde a primeira foi exibida no dia 23/03 e outra no dia 01/04, primeiro dia da lei em vigor.

FONTES

As fontes são o elemento primordial para o jornalismo. O jornalista precisa de contatos para se certificar da veracidade de uma informação ou aprofundar seu conhecimento sobre determinado assunto. Mas, as colaborações que antes eram feitas de forma anônima, agora transformaram-se em complexas estruturas de assessorias, com a intenção aberta de promoção de seus assessores e de publicação de assuntos de seu interesse (PELLEGRINI, p.279, 2008).

O levantamento das reportagens expõe diferenças na abordagem do tema pelas emissoras. Para aprofundar o estudo, as vozes do telejornal foram categorizadas em seis classificações (Tabela 2): governamental; entidade representativa; personagem; pessoas envolvidas; especialista; e população. Como fonte “Governamental” compreende-se representantes do poder público, nas esferas federal, estadual e municipal, que falam em nome das instituições ou cargos que ocupam. Já a fonte “Entidades representativas” indicam pessoas ligadas a algum tipo de associação/sindicato, que representa aos interesses de uma categoria/setor. “Personagem” é o tipo de fonte que tem a história pessoal relatada e relacionada pela reportagem ao assunto em questão. “Especialista” é um tipo de entrevistado que tem conhecimento notável sobre o assunto, sem estar ligado ao governo ou entidades representativas. Por último, “População” indica pessoas comuns, que opinam sobre o assunto.

VOZES DO TELEJORNAL				
TIPOS DE FONTES	JORNAL NA- CIONAL	RECORD JORNAL DA	BAND JORNAL DA	SBT BRASIL
GOVERNAMENTAL	1	3	13	1
ENTIDADE REPRESENTATIVA	1	2	2	4
PERSONAGEM	0	0	2	0
PESSOAS ENVOLVIDAS	0	0	6	0
ESPECIALISTA	1	0	5	0
POPULAÇÃO	0	0	0	0

Tabela 2 – Análise quantitativa das vozes nos telejornais

O maior número de fontes ouvidas em todas as dezoito reportagens analisadas foram de representantes públicos. O Jornal da Band se sobressai como o noticiário que mais deu voz ao governo, com quinze entrevistados nas sete matérias examinadas. O telejornal também foi o único a prestigiar personagens como fontes, duas no total, funcionárias terceirizadas, favoráveis as novas mudanças na Lei da Terceirização.

Apesar de o Jornal da Band ter sido o que mais diversificou suas fontes, percebe-se que houve um desequilíbrio quanto ao quantitativo e espaço tempo cedido aos entrevistados. Numericamente, percebe-se o predomínio para a fonte governamental.

Ressaltamos também outro apontamento significativo, dos quatro telejornais analisados, nenhum deu voz para que a população se posicionasse a respeito do assunto; mesmo o tema exercendo impacto direto para milhões de trabalhadores. A discussão ficou em torno dos interesses políticos e empresariais. Evidenciou-se pelo levantamento que a mídia não representou todos os lados envolvidos na Lei, mas aquilo que condizia com sua linha editorial. “Conhecer como se organiza a rede de fontes de um meio de

comunicação jornalístico contribui também para o conhecimento dos seus parâmetros políticos, econômicos, sociais e culturais” (LAMY, p.4, 2010). Mesmo entrevistando associações, os jornais tiveram o predomínio de vozes que defendiam os interesses empresariais e não a perspectiva do trabalhador.

TEMPO POR FONTE				
TIPOS DE FONTES	JORNAL NACIONAL	JORNAL DA RECORD	JORNAL DA BAND	SBT BRASIL
GOVERNAMENTAL	16”	1’ 30”	2’02”	7”
ENTIDADE REPRESENTATIVA	17”	9”	40”	53”
PERSONAGEM	0	0	20”	0
PESSOAS ENVOLVIDAS	0	0	1’36”	0
ESPECIALISTA	14”	0	1’27”	0
POPULAÇÃO	0	0	0	0

Tabela 3 - Análise quantitativa do tempo dedicado a cada tipo de fonte

Relacionando as informações da tabela 1 e 3, verifica-se que o Jornal da Record e SBT Brasil, exibiram a mesma quantidade de matérias. Contudo, apontaram divergências em relação ao tempo cedido as fontes, o Jornal da Record disponibiliza mais de um minuto para as fontes governamentais, enquanto, o SBT Brasil concedeu apenas sete segundos. Em relação a entidades representativas, o SBT Brasil supera consideravelmente o tempo do Jornal da Record. Podemos perceber a distinção da relevância dada as fontes pelos dois telejornais, apesar de que ambos buscam afirmação da confiabilidade em suas matérias. O Jornal Nacional destaca-se como o mais equilibrado, quando observamos o tempo dado a cada pessoa entrevistada. O telejornal dispôs 16, 17 e 14 segundos, respectivamente, para as três fontes utilizadas na reportagem.

ENQUADRAMENTO

A partir do perfil das vozes identificadas nos telejornais, este estudo busca perceber a última variável, para entender se a fonte consultada pelas reportagens apresenta um tom positivo, negativo ou neutro/ambivalente sobre o tema em questão (tabela 4). Como positiva entende-se as fontes que concordam, apoiam e/ou são favoráveis. Já a negativa é contrária, não apoia e/ou crítica. A neutra apresenta termos positivos e negativos na mesma proporção e a posição não apresenta uma avaliação crítica.

Seguindo esta perspectiva do enquadramento, mais uma vez dá-se destaque para o Jornal da Band, dentro dessa análise quantitativa, como o noticiário que mais acompanhou o processo desde a aprovação da lei na Câmara, até o momento em que o Presidente Michel Temer sancionou. Os números são elevados e indicam uma apreciação favorável a lei; no total, 85,7% dos entrevistados, sinalizando positivamente.

Nas duas reportagens exibidas pelo Jornal da Record, observamos através do enquadramento das fontes, a parcialidade positiva em relação à Lei, pois as vozes que construíram a reportagem foram apenas de representantes governamentais e órgãos ligados à indústria e ao comércio, ambos favoráveis a regra. Mesmos os repórteres expondo as ideias contrárias dos parlamentares de oposição ao governo e dos sindicatos no que diz respeito à Lei da Terceirização, observa-se a ausência das vozes destes nas reportagens.

ENQUANDRAMENTO DE FONTES				
VALÊNCIA	JORNAL NA- CIONAL	JORNAL DA RECORD	JORNAL DA BAND	SBT BRASIL
POSITIVA	3	4	24	2
NEGATIVA	0	0	4	2
NEUTRA	0	1	0	1

Tabela 4 - Enquadramento das fontes nos telejornais

O Jornal Nacional explicou todos os trâmites e mudanças que ocorrerão nas empresas com a lei em vigor, entretanto a população ou alguma fonte representante dos sindicatos não foram ouvidos para dar seu posicionamento sobre o projeto. O direcionamento da reportagem apresentava um conteúdo favorável à Lei, desde o título "Terceirização estimula a economia" às fontes, o relator do Projeto, um consultor jurídico da Federação das indústrias do Rio de Janeiro e um economista.



Figura 1 - Vozes nos telejornais (SBT, Band, Globo e Record): população não teve espaço na cobertura jornalística, que priorizou fontes favoráveis à nova lei.

No que diz respeito a valência do enquadramento das fontes, observa-se a ausência das fontes contrárias à Lei, nas reportagens veiculadas no Jornal Nacional e Jornal da Record. É notório o desequilíbrio em relação ao posicionamento das pessoas entrevistadas nos dois telejornais, comprometendo a imparcialidade de ambos.

Dentre os telejornais analisados, o telejornal do SBT Brasil foi o único a ouvir uma fonte sindicalista, representando um parecer contrário. Os direcionamentos dados pelas reportagens não demonstram nenhum tipo de influência partidária ou política. As matérias são voltadas para o sentido explicativo de todo processo em andamento e do

que de fato trata-se a lei da terceirização, suas vantagens e desvantagens. O jornal utiliza infográficos para exemplificar com mais clareza o tema abordado nas reportagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada por este estudo aponta que apenas um dos quatro telejornais analisados demonstrou imparcialidade em relação à Lei da Terceirização, três se mostraram parciais, dando um enquadramento positivo das fontes, e dois entre os três ignoraram outras vozes, que também faziam parte do processo e até mesmo das partes afetadas por ele.

Podemos observar que as atitudes adotadas pela maioria dos telejornais são maculadas por interesses difusos, não respeitando a ética jornalística, e de maneira parcial, veiculam as informações induzindo o telespectador a uma interpretação errada, diferente da realidade.

Deste modo fica claro o distanciamento da prática jornalística, da proposta de se fazer jornalismo imparcial, que tem como base o interesse público, a objetividade e credibilidade, com base em fatos e fontes que legitimem as informações veiculadas, como apresentado na maioria dos telejornais analisados, sendo tendenciosas, influenciando os telespectadores a um conceito pré-definido.

Referências

BUCCI, E.; KEHL, M. R. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

BARDIN, L. (2006). Análise de conteúdo (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).

BRITTOS, V. DOURADO, J. L. P. 39- 51. **Avanços brasileiros da Economia Política da Comunicação**: 25 anos de estudos, pesquisas e debates. In: MARQUES DE MELO, José & MELO, Patrícia Bandeira de (org.). Economia Política da comunicação: vanguardismo nordestino/ Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2013.216p.

CASTRO, R. F. **A terceirização no Direito do Trabalho**. São Paulo, Malheiros, 2000, p.75.

ESTEVES, F. **Desculpem a nossa falha**: a batalha diária de uma repórter de TV. Rio de Janeiro: Record, 1990.

GIOSA, L. A. **Terceirização**: uma abordagem estratégica. 5. Ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

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

LAMY, S. **A importância das fontes de informação na construção do Espaço Público**. 2010, 4p.

MARTINS, S. P. **A terceirização e o Direito do Trabalho**. 7 ed., São Paulo, Atlas, 2005, p. 20.

NERI, M. **Mapa de Inclusão Digital**. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2012. REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

NOVELLI, A. L. C. R. **O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança** In: *Organicom: Revista Brasileira de Comunicação. Organizacional e Relações Públicas*. 1º semestre de 2006, ano 3, nº 4. p.75-89.

RODRIGUES, A. D. **Pressupostos da narrativa jornalística**. Lisboa, mimeo, 1996. 13 p.

VIZEU, A. E.; CORREIA, J. C. **A construção do real no telejornalismo**: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo Eurico (org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

PELLEGRINI, P. **A atuação das fontes na construção do discurso jornalístico**. São Luís, 2008, p.279.
