



Título:

¹Telejornalismo: um reflexo do irreal

Autores:

²Denis Arashiro e Marion da Rocha Ceschini

Instituição:

Universidade Positivo, Curitiba – PR

01 Resumo

O presente projeto tem como objetivo debater a influência do telejornalismo sobre a sociedade. O vídeo-documentário proposto enfatiza a participação do jornalista e as diferentes possibilidades de interpretação de uma mesma realidade.

Para a realização do vídeo foram feitas pesquisas envolvendo o sistema educacional e os meios de comunicação do Brasil. Os entrevistados são profissionais da área telejornalística e especialistas em comunicação. Trata-se de um produto que pode ser trabalhado com professores e pais de alunos. Deve ser assistido, questionado, discutido para ser visto novamente. O vídeo discute e critica a velocidade, a superficialidade e a facilidade com que as pessoas aceitam isso no telejornalismo.

Palavras-chaves: Telejornalismo; Documentário; Controle Social; Realidade.

02 Introdução

Muniz Sodré (1990) diz que a sociedade tem se tornado cada vez mais narcisista – cultivando a própria imagem, exaltando a si mesma. Os meios de comunicação cumprem um papel fundamental na economia capitalista, ou seja, as empresas jornalísticas têm o lucro como determinante fundamental, “seguido pela imposição das escolhas feitas pelo diretor da empresa – era ele que optava por aquilo que seria veiculado” (PUTERMAN, 1994, p.13).

Tendo como problemática o cenário acima descrito, o presente projeto objetiva a produção de um vídeo-documentário para discutir o poder que a mídia televisiva exerce sobre a organização social. Pois, “[...] *ser é ser percebido na televisão, isto é, definitivamente, ser percebido pelos jornalistas [...]*” (BOURDIEU, 1997, p.16). A realidade que a mídia televisiva transmite não é a realidade propriamente dita. Ela chega

¹ Trabalho apresentado ao Prêmio Expocom na categoria Jornalismo – Documentário em vídeo (avulso) do X Intercom Sul 2009.

² Denis Arashiro, formado em Publicidade & Propaganda pelo Unicenp em 2002 e em Jornalismo pela Universidade Positivo em 2008. Em 2003 ganhou 1º lugar no Expocom na categoria vídeo minuto. Participou de diversos concursos universitários e fez estágio em produtoras audiovisuais e, atualmente, é supervisor geral dos Laboratório de Televisão da Universidade Positivo.

Marion da Rocha Ceschini é formada em Jornalismo pela Universidade Positivo em 2008. Fez diversos estágios na área de jornalismo dentro e fora da universidade ao longo dos quatro anos de curso. Foi classificada como 2ª melhor aluna da turma e ganhou bolsa de 50% em qualquer curso de Pós-graduação na Universidade Positivo.



ao telespectador de forma distorcida, e o vídeo-documentário pode ajudar a perceber esse controle da verdade e possibilitar a formação de uma atitude crítica e perceptiva do receptor. Ignácio Ramonet (2001) contribui com o argumento deste projeto quando afirma que o sistema informacional não é confiável e que ele dá provas de sua incompetência ao apresentar mentiras como verdades.

A base do trabalho é o livro de Sodré (1990), *A Máquina de Narciso*. Segundo o autor, a sociedade pós-moderna se caracteriza pelos simulacros³, as imagens produzidas pela indústria cultural⁴. Essa indústria cria um universo paralelo ao da realidade em si, com novas formas de relacionamento social, fixadas no olhar e no contato à distância.

Segundo dados do INAF 2005 (Índice Nacional de Analfabetismo Funcional), 74% dos brasileiros são analfabetos funcionais, ou seja, conseguem ler, escrever e contar, mas não compreendem nem interagem com a palavra escrita (ESTUDANTENET, 2008). A televisão aproveita a incapacidade do telespectador para impor seu ponto de vista às massas, transformando a coletividade em um bloco homogêneo (PUTERMAN, 1994).

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD-2006) aponta que o número de aparelhos de televisão nas casas brasileiras aumentou de 89,1% em 2001, para 91,4% em 2005. E entre 2005 e 2006, esse índice subiu para 93% (TERRA, 2008). A difusão crescente da televisão faz o número que telespectadores aumentar proporcionalmente, tornando esta mídia (BOURDIEU 1997) cada vez mais massificante e os programas, os telejornais, as entrevistas sempre procuram tratar do imediato, dos fatos do momento. Desta forma ela produz os *fast thinkers*, que são pessoas que assimilam com rapidez o acontecimento noticiado, mas não conseguem guardá-lo na memória. Assim, a informação é constantemente substituída, suprimindo o espaço para reflexão (BOURDIEU, 1997).

03 Imprensa e Alfabetização no Brasil

O Brasil do início do período colonial não possuía universidades nem imprensa, diferentemente de outros países da América Latina. O intuito dos colonizadores portugueses era explorar as terras em busca de riquezas. Ao contrário das colônias

³ O conceito de simulacro pode ser entendido como “[...] produção artificial (mecânica, química, eletrônica) de uma imagem, que não precisa se referir a um modelo externo para a sua aceitação, mas também não funda nenhum valor de originalidade[...]” (Sodré, M., 2000, p.32).

⁴ “[...] a cultura é instrumentalizada e tornada uma multiplicação indiscriminada de sinais de elevação do espírito, como se tivesse um valor em si mesmo. O culturalismo é a burocratização da cultura e do Espírito...” (Sodré, M., 1990, p.112).



espanholas e inglesas, aqui não houve a necessidade de substituir a cultura existente pela cultura do explorador.

Por isso, até 1808, data da chegada da família real portuguesa ao país, não eram permitidas publicações impressas de qualquer tipo, devido às intransigências da Corte “[...] o ensino, na colônia, não ultrapassava o que hoje conhecemos como nível médio. É sabido que a Universidade, no Brasil, é recente: os motivos são os mesmos que atrasaram o desenvolvimento da imprensa” (SODRÉ, N. W., 1998, p. 10).

Entre as décadas de 50 e 70, apesar do baixo índice de alfabetização e do pouco contato com os principais acontecimentos do mundo, a camada desfavorecida financeiramente da sociedade passou a ter contato direto com o rádio e, em seguida, com a televisão baseada nos padrões norte-americanos. Essa relação com as mídias eletrônicas fez com que os meios impressos de comunicação ficassem em segundo plano ou restritos às elites alfabetizadas. Esta é a razão pela qual se afirma que a televisão passou a compor a história do país. “Às vezes tenho a sensação de que, se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil” (BUCCI e KEHL, 2004, p. 31).

O analfabetismo funcional atinge 74% da população brasileira (Índice Nacional de Analfabetismo Funcional, 2005). Isto quer dizer que grande parte dos brasileiros consegue ler, escrever e contar, mas não compreende a palavra escrita (ESTUDANTENET, 2008).

Este problema pode ser traduzido no meio televisivo quando a imagem atua na estrutura psíquica e percepção dos indivíduos. Sodré afirma que a televisão não é um simples meio de informação. “Trata-se, na verdade, de uma estrutura, uma forma de saturação informacional do meio ambiente na sociedade pós-moderna, gerida cada vez mais pela tecnologia eletrônica e pela organização tecnoburocrática” (SODRÉ, M., 2000, p. 08). Ou seja, a televisão, para Paulo Puterman (1994), apoiada no princípio de que o telespectador não compreende o que é transmitido, impõe seu ponto de vista às massas, transformando o conjunto em um único bloco uniforme.

A alfabetização depende da capacidade de interpretar as informações escritas, verbais e numéricas e relacioná-las com imagens, gráficos, etc. Mas a televisão, em especial o telejornalismo, inibe a interpretação com a velocidade da imagem e “importa igualmente o ocultamento do real produzido pelo discurso audiovisual, no qual a substituição da cifra simbólica, elo entre o passado e o presente, pela fragmentação



exigida pelo espetáculo transforma o desejo de saber em mera pulsão de ver” (MARTÍN-BARBERO e REY, 1999, p. 16). Ainda sobre o fluxo constante de imagens que a televisão disponibiliza, acredita-se que este método inibe a capacidade ou necessidade de reflexão do telespectador.

04 Telejornalismo e Construção da Realidade

Com o objetivo de agradar ao público, o telejornalismo perde a transparência e assume as características de um espelho. A identidade original do indivíduo, ou a realidade cede lugar à imagem especular, construída.

O mito de Narciso consiste na história de um jovem grego de rara beleza que atraía a paixão de inúmeras mulheres, mas colocava-se sempre insensível ao amor. Num determinado dia, ao ver seu reflexo nas águas de uma fonte, Narciso apaixona-se imediatamente por sua própria imagem e morre afogado ao se debruçar sobre ela.

“O narcisista depende dos outros para validar a sua auto-estima. Ele não pode viver sem um público admirativo” (SODRÉ, M., 1990, p. 68). No caso de Narciso, o público é seu próprio reflexo, o que significa o surgimento do seu duplo – aquele que desafia a existência do sujeito real, tirando-lhe a verdade e inserindo-o em um sistema de aparências. Assim como a imagem de Narciso refletida no espelho é a cópia de uma parcela da realidade, uma verdade encoberta ou deformada. O ser narcisista acaba por matar a sua realidade como indivíduo concreto ao apaixonar-se pelo seu duplo. Seu reflexo se torna vivo e Narciso morre em sua própria imagem.

O olhar tem como equivalente a imaginação e o ato de ver e de ser visto. Narciso exerce fascínio porque é admirado com intensidade, e essa fascinação é enriquecida pela consciência do fato de estar sendo observado. Os observadores procuram no admirado uma identidade. *“É uma relação em espelho: cada um dos parceiros extrai do outro a si mesmo, ou melhor, a imagem de si mesmo”* (SODRÉ, M., 2000, p.15). Lembrando que os sujeitos que pretendem ser observados precisam ser reconhecidos de acordo com a sua visibilidade social, afirmam Bucci e Kehl (2004). E esta visibilidade só é atingida não por meio de ações políticas, mas através da espetacularização, quando significa que o único agente deste espetáculo é o próprio observado.

A televisão é o espelho midiático pelo qual o indivíduo se vê e se identifica. O reflexo reproduzido no vídeo representa aquilo que o telespectador deseja ver/ser. O desejo perpassa o momento em que surge e não chega ao fim, pois nunca é totalmente satisfeito. Com isso a diferença entre o objeto desejado e o de consumo desaparece, pois



a televisão “lança a todos no registro da satisfação de necessidades, que é real” (BUCCI e KEHL, 2004, p. 50) O indivíduo projeta a vontade sobre algo que não pode ser alcançado, que está fora do real. Na publicidade o objeto anunciado não satisfaz permanentemente o consumidor, assim como na televisão não se exhibe toda a realidade que ela promete.

Ela não é, portanto, um prisma (um ponto de vista ilusório), mas *espelho*, isto é, o lugar onde a identidade original do sujeito dá lugar à imagem, ao simulacro. Assim como o indivíduo identifica-se com sua imagem especular (mito de Narciso), é também suscetível de se identificar (horizontalmente) com o semelhante a si no “espelho” televisivo. Mais ainda: identifica-se (verticalmente) com ideais e modelos (SODRÉ, M., 2000. p. 50).

Telejornalismo e espelho se relacionam metaforicamente. Pois a teoria do espelho é o conceito de que a mídia jornalística deveria ser um reflexo da realidade, literal e objetivo. “*Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano*” (PENA, 2005, p. 125). Mas Pena também afirma que essa teoria, surgida na metade do século XIX, é defendida pelos jornalistas apenas para manter a crença da legitimidade e da credibilidade da notícia. O reflexo emitido pelo espelho televisivo – e pelas mensagens jornalísticas em geral – compreende apenas a uma parcela da realidade sob o ponto de vista de quem constrói a mensagem.

Esse espelho é onipresente e uniforme, pois ocupa o imaginário do telespectador e instiga o desejo de se identificar com o real. “*As mensagens televisivas, [...] em sua unidade técnica oferecem imagens à identificação e enunciados que representam, para o espectador, indicações sobre o desejo do Outro*” (BUCCI E KEHL, 2004, p. 46). O número de acontecimentos reais é maior que o espaço que o telejornalismo dispõe para divulgá-los. A realidade é absorvida pelo meio, e grande parte dos fatos não retorna ao telespectador.

O jornalismo televisivo constrói uma realidade que não é a verdadeira. O acontecimento noticiado, real ou ficção, toma o lugar do fato verdadeiro e passa a constituir uma realidade diferente. É uma realidade construída pela imprensa. Essa dissimulação da verdade tem o poder de descontextualizar o “*significado original e real para permanecer no limbo, sem significado aparente, ou receber outro significado, diferente e mesmo antagônico ao significado real original*” (ABRAMO, 2003, p. 28).



O conteúdo inserido na programação televisiva difere dos outros meios não somente pelo caráter de espetáculo, mas também pelo aparato tecnológico que permite ao veículo um fluxo quase instantâneo das informações e uma abrangência global. Artur Matuck (2000) explica que a velocidade e o alcance possibilitam ao telespectador ingressar no status de cidadão do mundo através de um realismo representacional, no qual o mundo real torna-se “*pano de fundo nas representações ficcionais da TV*” (MATUCK, 2000, p. 62).

Na televisão, sob a necessidade do uso da imagem, aliada à rapidez e simplicidade dos conteúdos, vive-se cada vez mais na superficialidade. Para Pena (2005) o jornalismo televisivo sofre mais intensamente os efeitos da velocidade. “*O ‘furo de reportagem’ não espera edição do dia seguinte, deve ser veiculado na hora, ao vivo e em cores*” (PENA, 2005, p. 71).

O aparelho televisor funciona como uma janela ao conhecimento do que a mídia impõe como real. E essa realidade é concebida pelo que os produtores da informação julgam ser relevante, pois “*só o visível merece informação; o que não é visível e não tem imagem não é televisável, portanto não existe midiaticamente*” (RAMONET, 2001, p. 27). A televisão constrói uma realidade e controla o receptor pelo olhar nessa fase em que sua hegemonia criou uma “*civilização das imagens*” (MACHADO, 2001, p. 71). Os simulacros produzidos por essa sociedade industrial criam um universo próprio e paralelo que dita novas formas de relacionamento e convívio social, focado na distância e no domínio visual.

05 Telejornalismo e Organização Social

A realidade que a imprensa trata como verdade é exatamente a parcela que o indivíduo não percebe diretamente. O desejo de saber limita-se ao simples fato de assistir televisão.

O modelo de controle social criado por Jeremy Bentham no fim século XVIII, o panóptico, tinha como objetivo inspecionar prisioneiros. Ele partiu do princípio que se os presos se sentissem observados o tempo todo, manteriam um bom comportamento. Esse sistema funcionava da seguinte forma: as celas eram dispostas ao redor de uma torre central, onde uma única pessoa poderia vigiar sem ser vista. Assim, os detentos nunca sabiam se existia alguém a observá-los, deixando clara a organização baseada em uma maquinaria disciplinar, mais do que na presença física do controlador (SODRÉ, M., 2000, p. 26).



A televisão é o atual modelo de poder invisível. “*O indivíduo moderno pode ser panopticamente controlado – isto, à distância, sem a imediatez concreta da força física [...]*” (SODRÉ, M., 1990, p. 23). O panóptico é centrado no poder do olhar e provoca mais a imaginação do que os sentidos. Para Bentham, esse meio de controle social mantém os homens na dependência de um só, dando a um único indivíduo uma espécie de poder universal.

Matuck (2000) questiona o poder da televisão que atua na organização social e estabelece uma relação hierárquica e desigual entre receptor e emissor. O sistema das comunicações de massa reserva a uma minoria o direito de transmitir as mensagens. Estas são padronizadas e repassadas aos telespectadores sem a possibilidade de uma retroação. Apesar de superado, o modelo hipodérmico não foi totalmente banido das organizações midiáticas, pois os homens não reagem todos da mesma maneira diante de uma informação, mas ainda são impedidos de participar diretamente do processo de construção da sua própria realidade. Pena (2005) afirma que a teoria hipodérmica só funciona quando o indivíduo recebe a informação isolada, mas isso não acontece na sociedade pós-moderna, em que as pessoas interagem constantemente a partir dos meios de comunicação de massa.

Essa influência sobre a sociedade se manifesta de duas maneiras: horizontalmente quando expõe a possibilidade de mostrar tudo, de trazer o mundo aos olhos de todos. E verticalmente, ao integrar, fundir os indivíduos. “*A verticalização implica, portanto, mudanças na forma de controle social, na forma que os conteúdos ideológicos (significações, valores, pensamentos) assumem socialmente*” (SODRÉ, M., 1990, p. 48).

A televisão não é um reflexo da realidade, mas um real do reflexo. É, na verdade, um campo visualizado e arquitetado à distância onde o tempo e o espaço são alterados (presente e passado são um só e o futuro se torna atual). Os simulacros são ilimitados e repetidos constantemente através de reproduções ou duplicações da realidade e mantêm sua influência sobre os telespectadores.

A imprensa não deve ser vista como um meio refletor da realidade. Pena (2005) argumenta que o jornalismo é a construção de um suposto real, não um espelho dele. Para o autor, os jornalistas não podem ser vistos como indivíduos imparciais que possuem um saber científico que garante relatos fiéis e objetivos. É esta idéia que faz com que alguns telespectadores concebam os noticiários como reflexos perfeitos da realidade, distorcendo o conceito de universo real em que ele vive.



A notícia é o resultado da enunciação dos discursos dos profissionais da área que passa também pelo crivo ideológico das empresas jornalísticas. Para Pena (2005), a teoria do *newsmaking*, cujo princípio vai contra o da teoria do espelho – o jornalismo é um reflexo puro e simples da vida –, defende a idéia de que a imprensa constrói uma realidade única. Com base neste método, deve-se enfatizar que a notícia informa a população e possui uma referência à realidade, mas não a cria.

Ao saber que as notícias que vê não representam uma cópia fiel do cotidiano, o telespectador pode partir do princípio de que é preciso buscar mais informações que vão além da televisão. Para Laurindo Leal Filho (1997), isso não seria necessário caso a televisão, como um veículo de produção cultural, não sofresse influências políticas e comerciais tão intensas. Assim como o sistema público televisivo europeu, as emissoras brasileiras deveriam seguir alguns princípios básicos, como priorizar a abrangência de público, buscar sempre a pluralidade de conteúdos, procurar cumprir seu papel cultural e participar da politização social.

O meio televisivo deve conceder ao observador ou receptor a possibilidade de ele mesmo construir uma consciência sobre o mundo, através de conhecimentos fornecidos pela televisão. É preciso que descubra as possibilidades que tem de transformar o local em que vive, “*livrando-o das conclusões que tomam o todo pelo particular*” (FERREIRA, 2002, p. 55). Para isso os conteúdos veiculados devem ser construídos de forma clara, objetiva e honesta, para que o indivíduo compreenda o mundo por meio de reflexões pessoais.

Uma das funções que a programação da televisão pode ter para os telespectadores é a de atuar constantemente na democratização da cultura. De acordo com a Secretaria de Articulação Institucional do Ministério da Cultura, “*os meios modernos de comunicação são os veículos mais presentes na transmissão dos valores culturais e devem ser comprometidos com a irradiação da cultura*” (RELATÓRIO 1ª CONFERÊNCIA NACIONAL DE CULTURA, 2006, p. 16). Levar a diversidade de manifestações e expressões culturais a diferentes locais deve ser um dos papéis da televisão, o “*olho mágico*” presente no cotidiano da vida dos brasileiros (BUCCI e KEHL, 2004, p. 141).

Mas para estabelecer este vínculo entre emissor e receptor é necessário que seja feito um jornalismo cuja base seja a confiança. Bucci e Kehl (2004) não estão afirmando que a verdade será sempre revelada a todos, mas que “*os fatos e as idéias*



serão objeto da mais honesta procura e do mais transparente relato” (BUCCI e KEHL, 2004, p. 135).

Com base em Ferreira (2002), a imprensa pode estimular a reflexão e impulsionar novas atitudes visando a retomada da confiança da humanidade em si mesma e o fim da passividade por parte do receptor. Para isso o jornalista deve evitar a superficialidade e elaborar pautas que incitem a participação do telespectador, ou seja, incentivar debates sociais, cobrar atitudes das autoridades e, principalmente, tornar-se um veículo de expressão social.

A educação exerce papel fundamental na formação de uma consciência crítica do receptor em relação às mensagens contidas no meio televisivo. A comunicação é inerente à evolução histórica da humanidade e atua tanto no campo antropológico quanto técnico e social. Uma melhor formação pode despertar no telespectador uma capacidade de raciocínio diante da informação transmitida pelo aparelho televisor.

A formação de um indivíduo consciente pode oferecer uma possibilidade melhor do que simplesmente mudar de canal ou desligar a televisão. O argumento de que para se ver a mídia televisiva não necessita aprender (MARTÍN-BARBERO e REY, 1999), reforça a hipótese que a educação pode mudar o quadro de receptor inerte e submisso.

O campo televisivo ainda reserva a uma minoria o privilégio e o poder de decisão sobre o conteúdo informativo. Esse grupo *“projeta narcisicamente a sua imagem étnico-cultural vitoriosa sobre o resto das populações, através dos mass-media ou quaisquer outros meios possíveis de difusão culturalista”* (SODRÉ, M., 1990, p. 130).

Uma sociedade alfabetizada e com facilidade de reflexão crítica pode suprir a incapacidade do receptor diante do meio televisivo. O vídeo-documentário proposto por este trabalho procura viabilizar as formas de construção da mensagem para que seja possível criar uma identificação crítica e a formação de uma consciência de que a informação repassada não é a realidade absoluta.

06 Descrição do documentário

Para a produção do vídeo-documentário foi necessária a participação de profissionais da área do telejornalismo para caracterizar a rotina de um jornalista na televisão. Também foram essenciais os depoimentos de teóricos de comunicação para contextualizar as proposições apresentadas pelos profissionais.



A escolha de jornalistas provenientes de diferentes emissoras teve como objetivo diversificar as opiniões para evitar que todos seguissem a mesma linha de raciocínio. Para caracterizar mais fielmente a realidade de cada um, todos foram entrevistados em seus locais de trabalho. Já as teóricas foram selecionadas a partir da necessidade de explicar melhor cada viés que envolve o trabalho: educação, comunicação e psicologia.

Para compor a lista dos profissionais foram escolhidos os seguintes cargos: pauteiro, repórter, repórter cinematográfico e apresentador. Todos eles fazem parte da construção de uma matéria, desde a apuração de informações até a captação de imagens nas ruas.

Quanto a parte prática, foram utilizadas duas câmeras e dois espelhos em todas as entrevistas. Uma das câmeras permanecia fixa no entrevistado para mostrar o ponto de vista do telejornalismo. A segunda câmera representa um observador que acompanha todo o processo que se passa nos bastidores de uma gravação. Os espelhos eram posicionados de forma que aparecessem no enquadramento de ambas as câmeras; que fossem essenciais para a visualização do ambiente externo; e que remetessem à idéia de reflexo da realidade.

Para dar início ao documentário, foi produzida uma matéria falsa, cujo tema é “cotas para negros e mulatos no Poder Legislativo”. Os especialistas da matéria são atores que receberam textos previamente formulados. Na enquete, gravada na Rua XV de Novembro, região central de Curitiba, foram utilizados dois entrevistados falsos, com os respectivos textos combinados no momento da gravação. Os outros dois entrevistados foram abordados sem que fossem avisados da intenção do material no contexto do documentário. A locução não foi gravada pela repórter. O documento utilizado para ilustrar a suposta Lei que aprovava as cotas raciais na política, também é falso. No lugar de um decreto foi colocada uma receita de bolo. Apenas as duas frases destacadas são escritas com base em um texto oficial.

A intenção da matéria falsa é mostrar como é possível criar uma realidade dentro da televisão sem que isso seja percebido em primeira instância. Por isso, ao longo do documentário a reportagem é desmontada gradativamente para que o telespectador possa enxergar a construção da matéria falsa.

O vídeo é composto por cinco blocos de discussão. O primeiro descreve como os repórteres procedem para chegar ao produto final: a reportagem. No segundo bloco a realidade dentro do telejornalismo é discutida. O terceiro bloco aborda o poder da



televisão dentro da sociedade brasileira. Em um quarto momento a questão da mídia e o quarto poder são relacionados com o controle social. E, ao final do documentário, as possibilidades de uso ou um melhor aproveitamento da televisão brasileira são relatadas tanto pelos jornalistas profissionais quanto pelos pesquisadores e teóricos que participaram do vídeo.

A trilha sonora utilizada também faz parte da discussão que envolve o tema do presente projeto. As letras de todas as composições tratam a televisão como um veículo de comunicação capaz de controlar a sociedade e distorcer uma realidade.

07 Considerações Finais

Ao longo da elaboração do produto resultado do presente projeto, pode-se perceber que no telejornalismo há uma linha tênue entre o que é a realidade e as várias versões da realidade. O conteúdo das entrevistas revelou que o jornalista vive em uma busca constante pela verdade, mas que é impossível transmiti-la exatamente como ela é. O resultado final, a reportagem, passa por diversos filtros como a pauta, o trabalho de apuração do repórter, as imagens captadas pelo cinegrafista até chegar ao apresentador. Os próprios profissionais destacam que a opinião de cada um deles não pode ser confundida com a informação que é passada, embora suas subjetividades sejam totalmente excluídas do processo de produção.

A participação dos teóricos em comunicação foi importante para explicar as constatações dos jornalistas e também para a confirmação do problema apresentado: o telejornalismo constrói sua própria realidade. Essa idéia é fundamentada no princípio de que, em um âmbito geral, o sistema educacional do Brasil não oferece condições para que o telespectador desenvolva um senso crítico diante do conteúdo televisivo.

Os entrevistados também afirmaram que a televisão tem essa importância no país porque outras instituições como a segurança, a saúde e a própria educação são falhas. Ela não pode ser considerada a única razão pela qual os brasileiros se comportam passivamente diante dela. Por isso, o presente produto é direcionado para pais e educadores. O vídeo-documentário deve ser assistido, refletido, discutido para ser visto novamente.

A partir dos depoimentos obtidos, conclui-se que o jornalista é uma peça fundamental para que o processo telejornalístico chegue o mais próximo possível de um reflexo da realidade. Mas, também cabe ao telespectador não ficar atrelado apenas ao conteúdo televisivo. Deve existir uma relação de confiança entre emissor e receptor.



Não se faz bom jornalismo sem a boa-fé – tanto da parte de seus praticantes quanto da parte do público. A sua base é a confiança: não de que a verdade será revelada a todos, mas de que os fatos e as idéias serão objeto da mais honesta procura e do mais transparente relato. (BUCCI; KEHL, 2004 p.135)

Embora o telejornalismo esteja longe de ser um perfeito reflexo da verdade, o jornalista deve sempre buscar transmitir a realidade com transparência. O meio televisivo deve ser um complemento, pois ele apresenta apenas um resumo do fato. Deve ser o ponto de partida para uma discussão mais ampla, baseada na leitura e no diálogo.

07 Referências Bibliográficas

- ACOSTA-ORJUELA, Guilherme Maurício. *15 motivos para “ficar de olho” na televisão*. São Paulo: Alínea, 1999.
- ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação da grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- APRENDIZ, Portal. *Analfabetismo funcional ainda existe nas escolas brasileiras*. Disponível em:
http://www.une.org.br/home3/educacao/m_4841.html.
Acesso em 12 mar. 2008.
- APRENDIZ, Portal. *Brasil tem segundo maior índice de analfabetismo da América do Sul*. Disponível em:
<http://www.integral.br/noticias/noticia.asp?noticia=38213>.
Acesso em 12 mar. 2008.
- BARBEIRO, Heródoto. *Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: Maurice Mouillaud, Sérgio Dayrell Porto (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Unb, 2002.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.
- BRASIL, Cristiane Costa. *História da alfabetização de adultos: de 1960 até os dias de hoje*. Disponível em:
<http://www.matematica.ucb.br/sites/000/68/00000003.pdf>.
Acesso em 25 abr. 2008.



- BUCCI; KEHL, Eugênio e Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. *Teoria da comunicação na América Latina: da herança cultural à construção de uma identidade própria*. Paraná: UFPR, 2006.
- DA-RIN, Silvio. *Espelho Partido*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.
- ESTUDANTENET. *Analfabetismo funcional ainda existe nas escolas brasileiras*. Disponível em:
http://www.une.org.br/home3/educacao/m_4841.html.
Acesso em 12 mar. 2008.
- FRADE; MACIEL, Isabel Cristina Alves da Silva e Francisca Izabel Pereira. *A história da alfabetização: contribuições para o estudo das fontes*. Disponível em:
<http://www.anped.org.br/reunioes/29ra/trabalhos/trabalho/GT10-1955--Res.pdf>. Acesso em 25 abr. 2008.
- LABAKI, Amir. *Introdução ao Documentário Brasileiro*. São Paulo: Francis, 2006.
- LEAL FILHO, Laurindo Lalo. *A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão*. São Paulo: Summus, 1997.
- LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.
- MACIEL, Luiz Carlos. *O poder do clímax: fundamentos do roteiro de cinema e TV*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MARTÍN-BARBEIRO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MARTÍN-BARBEIRO; REY, Jesús e Germán. *Os exercícios do ver*. São Paulo: Senac, 1999.
- MATTELART, Armand. *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- MATUCK, Artur. *O potencial dialógico da televisão*. São Paulo: Annablume, 2000.
- MORTATTI, Maria Rosário Longo. *História dos métodos de alfabetização no Brasil*. Disponível em:
http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/Ensfund/alf_mortattihisttextalfbbr.
Acesso em 25 abr. 2008.
- NICHOLS, Bill. *Introdução ao Documentário*. São Paulo: Papirus, 2001.
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.



- PORTO, Sérgio Dayrell. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002.
- PUTERMAN, Paulo. *Indústria Cultural: a agonia de um conceito*. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.
- RIBEIRO, Vera Masagão. *Analfabetismo e alfabetismo funcional no Brasil*. Disponível em:
http://www.cereja.org.br/arquivos_upload/vera_masagao_ribeiro_analf_alfa_func.pdf. Acesso em 28 abr. 2008.
- SANTAELLA, Lucia. *Cultura e artes do pós-moderno*. São Paulo: Paulus, 2003.
- SARTORI, Giovanini. *Homo Videns: a primazia da imagem*. Lisboa, Portugal: Terramar, 2000.
- SETTON, Maria da Graça Jacintho. A educação popular no Brasil a partir da cultura de massa: uma abordagem sociológica. In: Roseli Fígaro (org). *Gestão da comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVA, Tereza Roserley Neubauer da. O que foi feito e o que ainda resta fazer para alfabetizar a população brasileira. In: Manuel Marcos Maciel Formiga. (diretor) *Alternativas de Alfabetização para a América Latina e o Caribe*. Brasília: INEP, 1998.
- SODRÉ Muniz. *A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder*. São Paulo: Cortez, 1990.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- SODRÉ, Muniz. *Televisão e Psicanálise*. São Paulo: Ática, 2000.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- TEIXEIRA, Francisco Elinaldo. *Documentário no Brasil: tradição e transformação*. São Paulo: Summus, 2004.
- TERRA. *Nove entre dez casas possuem televisor no Brasil*. Disponível em:
<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1907275-EI10361,00.html>
Acesso em 09 mar. 2008.



VEIGA, Zaclis. *Telejornalismo e violência social: a construção de uma imagem*. Curitiba, Pós-Escrito, 2002.