

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

CARLOS ALBERTO GARCIA BIERNATH

**COMUNICAÇÃO, TELEVISÃO E JORNALISMO: O
DISCURSO DO PROGRAMA DOCUMENTO ESPECIAL –
TELEVISÃO VERDADE**

BAURU
2013

CARLOS ALBERTO GARCIA BIERNATH

**COMUNICAÇÃO, TELEVISÃO E JORNALISMO: O
DISCURSO DO PROGRAMA DOCUMENTO ESPECIAL –
TELEVISÃO VERDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Me. Marcelo da Silva.

BAURU
2013

Biernath, Carlos Alberto Garcia

B5889c

Comunicação, televisão e jornalismo: o discurso do programa
Documento especial – Televisão verdade / Carlos Alberto Garcia
Biernath -- 2013.

105f. : il.

Orientador: Prof. Me. Marcelo da Silva.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação
Social – Habilitação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado
Coração – Bauru – SP.

1. Análise de discurso. 2. Comunicação. 3. Documento
especial. 4. Jornalismo. 5. Televisão. I. Silva, Marcelo da. II. Título.

CARLOS ALBERTO GARCIA BIERNATH

**COMUNICAÇÃO, TELEVISÃO E JORNALISMO: O DISCURSO DO
PROGRAMA DOCUMENTO ESPECIAL – TELEVISÃO VERDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Me. Marcelo da Silva.

Banca examinadora:

Prof. Me. Marcelo da Silva
Universidade Sagrado Coração

Prof.^a Ma. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade Sagrado Coração

Prof.^a Dra. Érika de Moraes
UNESP – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Bauru, 24 de junho de 2013.

Dedico este trabalho ao meu orientador e à equipe do Documento Especial – Televisão Verdade por demonstrar coragem em romper com paradigmas estabelecidos pela televisão brasileira ao apresentar à sociedade – sobretudo nas edições estudadas por este trabalho – nichos sociais até então desconhecidos, mas tão humanos e sujeitos ao ‘comum’ quanto qualquer outrem.

AGRADECIMENTOS

Com este trabalho de conclusão de curso, encerro aqui esta inesquecível fase de minha vida acadêmica concluída em três anos e meio. Agradeço aos meus preciosos pais por lutarem para que eu chegasse a este momento único em minha vida, além de me ensinarem que a honra é o valor mais importante para um ser humano, independente de como o caminho da ‘subida na montanha’ será construído. Ao meu pai, agradeço por me mostrar como um verdadeiro homem honrado deve ser; à minha mãe, agradeço por me mostrar que a fé deve fazer parte do ser humano que almeja objetivos em sua vida. Também agradeço à minha irmã, por seu coração tão nobre, pela confiança em meu potencial e por ter me dado força nas ocasiões em que tudo parecia sem sentido ou sem perspectivas e a trilha para a montanha parecia distante e ‘inlocalizável’.

Agradeço aos meus fiéis e leais amigos Bruno, Victor e Felipe, que mesmo longe estiveram comigo em pensamento e fizeram votos para que este momento especial se tornasse realidade. Crescemos juntos e nos tornamos homens honrados seguindo nossas trajetórias em locais diferentes, mas as amizades sinceras não desabrocham jamais, independente das ‘tempestades’ ou ‘secas’ a que estão sujeitas; aos companheiros de graduação, meu sincero agradecimento por me influenciarem a seguir a trajetória acadêmica.

Menciono também duas queridas professoras que confiaram em meu potencial e me incentivaram ativamente nessa trajetória acadêmica: Prof^a. Dra. Vanessa Matos dos Santos, por me ensinar que é, sim, possível superar barreiras que pareciam intransponíveis; e Prof^a. Ma. Daniela Bochembuzo, a quem sou muito grato por – insistentemente – acreditar em minha capacidade profissional nos momentos em que mais precisei – quando eu me autoquestionava – e por me mostrar que o jornalismo é, de fato, apaixonante para o profissional e para o pesquisador.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Prof. Me. Marcelo da Silva, por enxergar em mim a capacidade de enfrentar as barreiras impostas por um cotidiano cruel e sofrível do comum, assim me permitindo romper com as amarras que me prendem aos paradigmas do habitual “mais do mesmo”, além de me desafiar para este projeto, que foi um verdadeiro teste de resistência e capacidade acadêmica. Perderei um grande mestre docente ao final deste trabalho, mas ganho um amigo para sempre.

“Não importa o que você faz na vida, as pessoas vão dizer que você o faz por outra razão, que não é a razão verdadeira do porquê você faz isso”.
(Charles Bukowski)

RESUMO

Em virtude das transformações ocorridas nas tecnologias e nos estudos das comunicações ao longo das últimas décadas, o fazer jornalismo tem buscado adequar-se às novas demandas do mercado e da sociedade. É perceptível a diferença do fazer jornalismo do final da década de 80 do século passado com o jornalismo praticado hoje em dia, dada sua constante atualização, já que procura atender aos ensejos da sociedade em rede – ávida por informações novas e atualizadas. Assim, este trabalho revisitará o formato jornalístico empregado no programa Documento Especial – Televisão Verdade – exibido na Rede Manchete, no SBT e na TV Bandeirantes, entre o final da década de 80 até o final da década de 90 – por meio das premissas da comunicação e da informação, da evolução tecnológica da televisão brasileira e do próprio jornalismo, sob o olhar do campo teórico-metodológico de tradição francesa da análise discursiva, ao analisar as edições do programa: “Delírio na Madrugada”, “Perdidas na Noite” e “Vila Mimosa” à luz dos estudos da comunicação e do jornalismo, considerando elementos próprios da análise discursiva como: polissemia, formação discursiva, polifonia e enunciação. A partir de tais análises, poderemos entender o fazer noticioso intrínseco ao programa estudado, a construção de seu discurso e a ideologia que o subjaz, evidenciando uma maneira de fazer jornalismo, mais ancorada em aspectos da realidade em relação ao que vemos nos formatos e gêneros contemporâneos.

Palavras-chave: Análise de Discurso. Comunicação. Documento Especial. Jornalismo. Televisão.

ABSTRACT

Due to the all the transformations that happened in the technologies and in the studies of communications during the last decades, make journalism has a goal of adjusting to the new market demands and society. It is noticeable the difference of making journalist at the end of the 80th decade of last century with the journalism practiced nowadays, due to the constant change that is focused on attending the demand of the society network – Craving new and updated information. This way, the work will revisit the format of journalism used in the program Documento Especial – Televisao Verdade – Shown on television from the end of 80th until end of 90thdecade, through the information of communication premises, the evolution of Brazilian television technology and journalist itself, under the radar of theory methodology field of discursive analysis, when analyzing the editions of the show: “Delirio na Madrugada”, “Perdidas na Noite” and “Vila Mimosa” illuminated by the studies of communication and journalism considering its own elements of discursive analysis: Polysemy, discursive formation, polyphony and enunciation. From these analysis, we can understand the reason why inherent News are done to the studied show, the construction of the speech and ideology behind, showing the way to make journalism, anchored in reality aspects in relation to what we see in the contemporaneous genre formats.

Keywords: Discourse Analysis. Communication. Documento Especial. Journalism. Television.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Primeiro logotipo da TV Tupi	41
Figura 2 – Primeiro logotipo da TV Excelsior	44
Figura 3 – Primeiro logotipo da TV Record.....	44
Figura 4 – Primeiro logotipo da TV Globo	46
Figura 5 – Linha do tempo do Documento Especial – Televisão Verdade.....	84
Figura 6 – Cenário do Documento Especial – Televisão Verdade em 1989, ainda na TV Manchete	87
Figura 7 – O travesti Laura de Vison com o seio à mostra	89
Figura 8 – Travesti recebendo aplicação de silicone	93
Figura 9 – Prostituta rumando ao trabalho após despedir-se de sua família	99

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	13
2.1 O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO	13
2.2 A COMUNICAÇÃO EM SUA “ESSÊNCIA”.....	14
2.3 RELAÇÃO ENTRE O HOMEM E A COMUNICAÇÃO.....	15
2.3.1 A autoridade negociada.....	16
2.4 A INFORMAÇÃO NA COMUNICAÇÃO	16
2.4.1 O desvio da informação.....	17
2.5 O PAPEL DO RECEPTOR NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO	19
2.5.1 A incomunicação	19
2.6 OS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO	21
2.6.1 Teoria hipodérmica	21
2.6.1.1 A superação da teoria hipodérmica e o modelo de Lasswell	22
2.6.2 Teoria da persuasão ou empírico-experimental.....	23
2.6.3 Teoria dos efeitos limitados.....	24
2.6.4 Teoria funcionalista.....	24
2.6.5 Teoria crítica ou Escola de Frankfurt	24
2.6.6 Teoria culturológica	25
2.6.7 Agenda-setting ou teoria do agendamento	26
2.6.8 Teoria do gatekeeper.....	28
2.6.9 O Newsmaking.....	29
2.6.9.1 Valores-notícia.....	30
2.7 O ADVENTO DA TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO	33
3. TV E TECNOLOGIA: ASPECTOS HISTÓRICOS	35
3.1 SOBRE A TELEVISÃO: ALGUMAS OBSERVAÇÕES.....	35
3.2 O FASCÍNIO EXERCIDO PELA TELEVISÃO	36
3.2.1 A galáxia de McLuhan e o surgimento da televisão como veículo de massa	37
3.3 HISTÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL	40
3.3.1 Os primeiros produtos televisivos no Brasil	41
3.3.2 Fase do surgimento.....	43
3.3.3 Fase do autocentramento	46
3.4 A MANUTENÇÃO DA ORDEM ATUAL PELA TELEVISÃO	47
3.5 TECNOLOGIA DAS TRANSMISSÕES TELEVISIVAS.....	48
3.5.1 A introdução do Videoteipe	50
3.5.2 O viewfinder e o pool de emissoras e o acordo internacional	51
3.5.3 A chegada da TV em cores.....	51
3.6 O GÊNERO TELEVISIVO TELEJORNALISMO/DOCUMENTÁRIO.....	52
3.6.1 O apelo ao erotismo e à obscenidade?	55
4. JORNALISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS	58
4.1 A REPRESENTATIVIDADE DO JORNALISMO: QUARTO PODER?.....	58
4.2 PADRÕES DE MANIPULAÇÃO.....	60
4.2.1 Objetividade e subjetividade no jornalismo	65

4.3 A CONSTRUÇÃO DA REALIDADE NO JORNALISMO	66
4.4 VERDADE JORNALÍSTICA	68
4.5 O ESPETÁCULO MIDIÁTICO	69
5. ANÁLISE DE DISCURSO: TEORIA E METODOLOGIA	72
5.1 O DISCURSO.....	72
5.1.2 Analisando o discurso.....	72
5.2 O A ANÁLISE DA LÍNGUA(GEM) COMO ACONTECIMENTO	73
5.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO	74
5.3.1 O interdiscurso	75
5.4 POLISSEMIA E PARÁFRASE	75
5.5 FORMAÇÃO DISCURSIVA.....	76
5.5.1 Ideologia do sujeito.....	77
5.6 O DITO E O NÃO DITO	78
5.7 NOÇÕES DE POLIFONIA	79
6. ASPECTOS HISTÓRICOS DO DOCUMENTO ESPECIAL – TELEVISÃO VERDADE	81
6.1 A IDEIA DO PROGRAMA: CRIADOR E CRIAÇÃO	81
6.1.1 O criador: Nelson Hoineff.....	81
6.1.2 A criação: Documento Especial – Televisão Verdade.....	82
6.1.3 O início do programa	83
6.2 O APRESENTADOR	84
6.3 ALGUMAS EDIÇÕES MARCANTES.....	85
6.4. PROTOCOLO DE ANÁLISE DE DISCURSO DO PROGRAMA DOCUMENTO ESPECIAL – TELEVISÃO VERDADE	85
6.5 CONTEXTUALIZAÇÃO/JUSTIFICATIVA	85
6.6 OBJETIVOS DA ANÁLISE	86
6.7 LIMITAÇÕES DA ANÁLISE	86
6.8 ANÁLISE DE CORPUS	87
6.9 ETHOS: DESCRIÇÃO DO CENÁRIO	87
6.10 FORMAÇÃO DISCURSIVA 1 (FD1): “O TRANSFORMISTA LAURA DE VISON” X O PROFESSOR NORBERTO CHUCRI DAVID	88
6.10.1 Contexto socio-histórico	89
6.10.2 Sentido: realidade.....	90
6.10.3 Sentido: verdade.....	91
6.11 FORMAÇÃO DISCURSIVA 2 (FD2): IDENTIFICAÇÃO TRANSLADADA	92
6.11.1 Sentido: seres que despertam curiosidade x conquistadores de fama	93
6.11.2 O apresentador como sujeito jornalista: objetividade/subjetividade e o efeito de realidade.....	94
6.11.3 Sentido: a busca pela identidade X a transformação em “mulher”	95
6.12 FORMAÇÃO DISCURSIVA 3 (FD3): RADIOGRAFIA DA PROSTITUIÇÃO: OS PRAZERES DA VILA MIMOSA X AS “MIMOSAS” PROSTITUTAS EM BUSCA DA SOBREVIVÊNCIA	98
6.12.1 Sentido: Esperança na zona de prostituição?.....	99
6.12.2 Sentido: o porquê ser prostituta	100
6.12.3 Sentido: A honra das prostitutas	101
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS 1:.....	103

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS 2:	104
REFERÊNCIAS	107

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão do curso de jornalismo da Universidade Sagrado Coração visa revisitar o formato jornalístico do programa televisivo “Documento Especial – Televisão Verdade” baseado no campo teórico-metodológico da análise discursiva de tradição francesa e os estudos da comunicação e do jornalismo.

Através de temáticas até então não exploradas na televisão brasileira, o programa trazia cenas impactantes de questões que envolviam a homossexualidade, prostituição e preconceito. Além disso, outro aspecto importante que marcou o programa diz respeito ao conteúdo textual – rico em metáforas, polissemias e em termos de ‘efeito’ que chamavam a atenção da audiência. Pensar o formato jornalístico adotado ao final dos anos 80 torna-se importante na formação acadêmica do futuro profissional da comunicação pois possibilita um olhar reflexivo sobre os processos de produção da informação que ocorrem atualmente no jornalismo e na sociedade conectada em rede; levar a efeito uma comparação entre gêneros e formatos é fundamental, já que, como todos os fenômenos sociais, o jornalismo se ressignifica, carregando elementos residuais e emergentes.

Nessa linha, à luz dos estudos da linguagem e discurso, realizamos uma análise discursiva e reflexiva acerca do jornalismo praticado pelo programa Documento Especial – Televisão Verdade por meio das premissas básicas da comunicação, da evolução tecnológica da televisão e do próprio jornalismo, baseados nas diretrizes da análise discursiva de tradição francesa. Como o programa trazia à tona temas popularescos e um subtítulo que anunciava uma suposta verdade, este trabalho pretende entender como era construída essa ‘verdade’, no nível do discurso, a saber: desenvolver um protocolo de análise que auxiliará no depreendimento da ideologia do programa; observar os estereótipos (realidade) construídos pelo programa; e tecer alguns olhares sobre a construção da cena enunciativa com auxílio dos conceitos de polifonia, polissemia e subjetividade.

A realidade estampada no subtítulo do programa e apresentada ao longo das edições pode estar vinculada ao discurso da atração, que vislumbra a legitimação da verdade jornalística, e não apenas aos elementos do “espetáculo”. O protocolo de análise poderá mostrar que o programa aproximava-se de nichos sociais com o propósito de (re)tratar seus cotidianos duros a não-aceitos pela “cultura dominante”, pois pouco conhecidos da sociedade em linhas gerais.

Assim, na primeira parte deste trabalho introduzimos o tema estudado e fizemos uma síntese desta pesquisa.

No capítulo 2, vimos as premissas da comunicação, perpassando as definições básicas até as teorias da comunicação, como teoria hipodérmica, teoria da persuasão, teoria dos efeitos limitados, teoria funcionalista, teoria crítica, teoria culturoológica, *agenda-setting*, *gatekeeper* e *newsmaking*.

No capítulo 3, resgatamos brevemente a história da televisão brasileira desde o seu início – com a TV Tupi, em 1950 –, os primeiros gêneros televisivos, a introdução dos elementos tecnológicos, e o gênero do programa estudado – o jornalístico de documentário.

Já no capítulo 4, trouxemos os aspectos conceituais do jornalismo, como o possível papel do jornalismo como “quarto poder” na sociedade, os padrões de manipulação, a objetividade e subjetividade no fazer jornalístico, a construção da realidade, a representação da verdade e o espetáculo midiático.

No capítulo 5, citamos alguns conceitos fundamentais da análise de discurso que fizeram parte do protocolo discursivo que utilizamos nos estudos.

No sexto e último capítulo apresentamos algumas características históricas e noticiosas do Documento Especial e de seus responsáveis: o criador e editor Nelson Hoineff e o apresentador Roberto Maya, além de aplicarmos do protocolo de análise através das formações discursivas estudadas nas três edições do programa que selecionamos.

2 COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Com o propósito de interagir com seus semelhantes, o homem aprendeu a trocar informações com seus pares, no processo conhecido como comunicação. Aqui, ele poderá fazer uso da fala, da escrita e, mais contemporaneamente, utilizar a tecnologia como suporte nesse processo de disseminação da mensagem, é o que veremos nesse primeiro momento.

2.1 O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Para que esse processo comunicativo possa ocorrer, é preciso que haja interação direta (ou não, interferida pelo **ruído**) entre o **emissor** e o **receptor** na **mensagem**, algo possível por meio da capacidade de **codificação** da mensagem, que poderá revertê-la através da **decodificação**, e – principalmente – ao **canal**, responsável pelo suporte necessário. Além disso, o **feedback** será o fluxo de resposta, envolvendo o emissor e receptor.

De acordo com Schramm (1982) citado por Straubhaar e Larose (2004, p. 5) o processo de comunicação envolve oito componentes fundamentais que estão presentes em toda troca de informação:

A fonte (ou emissor) é a originadora da comunicação.

A mensagem é o conteúdo da comunicação, a informação a ser trocada.

O *codificador* traduz a mensagem para um formato que não pode ser diretamente interpretado pelos sentidos humanos.

O *canal* é o meio ou sistema de transmissão utilizado para transferir a mensagem de um lugar a outro.

O *decodificador* reverte o processo de codificação.

O *receptor* é o destino final da comunicação.

Um mecanismo de *resposta (feedback)* entre a fonte e o receptor pode ser utilizado para regular o fluxo da comunicação.

Ruído é qualquer distorção indesejada ou erro que pode ser introduzido durante a troca de informação.

Portanto, o processo comunicativo está sujeito a falhas que podem interferir diretamente em seu objetivo principal, ou seja, nem sempre a mensagem final – levada ao receptor – será fiel à mensagem original emitida pelo enunciador/emissor.

2.2 A COMUNICAÇÃO EM SUA “ESSÊNCIA”

Querer comunicar significa querer transmitir uma mensagem a alguém ou a algumas pessoas. Há três motivos que estimulam a pessoa a querer comunicar uma determinada mensagem, de acordo com Wolton:

Primeiramente *compartilhar*. Cada um tenta se comunicar para compartilhar, trocar. É uma necessidade humana fundamental e incontornável. Viver é se comunicar e realizar trocas com os outros do modo mais frequente e autêntico possível. Depois vem a sedução, que é inerente a todas as relações humanas e sociais. Enfim, *a convicção*, ligada a todas as lógicas de argumentação utilizadas para explicar e responder a objeções. (WOLTON, 2011, p. 17).

Comunicar não significa repassar de uma ponta à outra (emissor-receptor) a mensagem original. Nos estudos das ciências físicas e da natureza, acreditava-se que o processo de comunicação implicava levar a mensagem exata ao seu destino final, o que não ocorre na realidade, já que são os seres humanos que estão presentes nesse processo e não máquinas que executam suas tarefas fielmente. Nesse sentido, Marcondes Filho afirma que:

[..] nos processos químicos, físicos, elétricos, como em muitos outros da natureza, fala-se de “comunicação”, quando, em verdade, o que se está querendo dizer é transmissão. Comunicação, ao contrário, é tornar comum, é fazer com que uma coisa seja a mesma num lado e no outro. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 16).

Mesmo os seres humanos – responsáveis diretos pelo início da comunicação – não necessariamente comunicam-se entre si; há conversas, troca de ideias, troca de experiências, o que não implica necessariamente que estão se comunicando, pois, segundo Marcondes Filho (2008, p.16), “a comunicação só existe quando eu me volto a ela e a incorporo como algo para mim”.

Seguindo este raciocínio, até mesmo nos jornais não necessariamente encontramos informações, senão notícias, resenhas, comentários, etc. O responsável por determinar se esse conteúdo será informação ou não é o comunicador, pois “é informação somente a partir do momento em que algumas dessas coisas me interessar”. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 16).

Fundamentalmente, Wolton define comunicação como:

[...] *desejar compreender o mundo*. Isto supõe que o homem possa abrir-se para o mundo. Daí o formidável sucesso, desde o século XVII, do livro, da imprensa, do telefone, do rádio, da televisão, da Internet. Comunicar é ser livre, mas é, sobretudo, reconhecer o outro como seu igual. (WOLTON, 2006. p. 26-27).

Portanto, o homem busca sua liberdade através do ato de expressar-se com a comunicação, tal qual o jornalismo o faz pelo ideário “libertário” que carrega em sua função social e deontológica.

2.3 RELAÇÃO ENTRE O HOMEM E A COMUNICAÇÃO

Comunicação não é algo que unirá as pessoas. O que as une é amor, paixão, os relacionamentos interpessoais ou alguma afinidade. Assim, a comunicação se trata de um procedimento entre o sujeito e aquilo que aparece à sua volta ou o que ele próprio procura. Marcondes Filho (2008) exemplifica essa situação:

Quando abro o jornal, a maioria dos assuntos não me interessa, exatamente porque nem tudo é informação para mim, mas apenas aqueles poucos assuntos dos quais eu procuro saber. O resto, eu posso jogar fora, não tem valor, não é nada. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 17).

Em consequência, esse trecho que não lhe interessou, poderá vir a interessar a outro sujeito e assim vai, dependendo da idiosincrasia de cada um, o que mostra que cada um busca a informação que é somente sua e não de outrem.

Portanto, a relação do sujeito com a comunicação dar-se-á a partir do momento em que ele mostrar um efetivo interesse em uma mensagem que poderá se tornar uma legítima informação, e essa mensagem só chegará a ele se for do seu próprio interesse, fato que coloca a possibilidade da negociação de sentidos, diferentemente do que apregoam algumas teorias deterministas da comunicação.

No campo da comunicação, ao longo do tempo o homem desenvolveu tecnologias que pudessem ampliá-la, de forma a reduzir cada vez mais as distâncias entre as pessoas, e nesse sentido, a relação entre o homem e a comunicação ganhou novas arestas a serem consideradas.

2.3.1 A autoridade negociada

No ato de comunicar, entendemos que é possível falar livremente sobre tudo, que qualquer assunto pode ser discutido. Todavia, seguindo esse raciocínio, Wolton ressalta que isso produz uma séria *brecha* no que diz respeito à autoridade, que deixa de ser naturalmente imposta e passa a ser *negociada*. Exemplo disso são as comunicações nas empresas ou nas famílias, onde a hierarquia permanece com base na igualdade, havendo respeito mútuo entre ambas.

O reinado da comunicação, mesmo que desnaturada, tem como resultado a generalização do tomar a palavra. As consequências são às vezes embaraçosas, pois, de tanto falar de tudo, acredita-se ser competente em tudo [...]. Em todo caso, este hábito de “ter o direito de falar de tudo” tornou-se legítimo, pondo em discussão as hierarquias da competência e da autoridade. (WOLTON, 2006, p. 29).

Consequentemente, a transmissão precisa ser negociada entre os envolvidos. No segmento da educação, é preciso transmitir dados e informação, mas em relação ao passado há uma sensibilidade maior nas condições de recepção, lembra Wolton:

[...] um indivíduo livre e urbano, que se desloca, expressa-se, viaja, compara, conecta-se, comunica-se, não é mais tão maleável nem tão previsível quanto aquele que, há cinquenta anos, estava no campo ou em cidades menores, preso à sua classe social, à sua comunidade ou até mesmo a uma estrutura familiar muito mais estável. O indivíduo que aprendeu a melhor se conhecer e a se expressar é também mais crítico e está disposto questionar qualquer esquema tradicional. (WOLTON, 2006, p. 30).

Essa autoridade negociada entre os indivíduos presentes na comunicação gera participação maior da população em questões como a política, por exemplo, em que há uma maior exigência por parte daqueles. Em outras palavras, a autoridade negociada gera informações que aumentam a chance de irem ao encontro do que esperam os indivíduos.

2.4 A INFORMAÇÃO NA COMUNICAÇÃO

Parte integrante da comunicação, a informação, teoricamente, não se liga a aspectos negativos presentes na comunicação, como manipulação, indução ou sedução. Assim, entende-se que comunicação é algo mais complexo se comparado à informação, por três razões principais destacadas por Wolton (2011), que são:

a) Em primeiro lugar, se a comunicação não é possível sem a informação, então o processo de comunicação é mais difícil, pois envolve a questão da relação, ou seja, a questão do outro. O resultado desse processo será incerto, já que o emissor e o receptor nem sempre estão em sintonia.

b) No segundo ponto, há uma contradição entre a validade da informação e o descrédito da comunicação, haja vista que os homens nunca despenderam tanto tempo na tentativa de aperfeiçoar a comunicação, através de investimentos financeiros e no desenvolvimento de novas tecnologias. Portanto, desvalorizar a comunicação, tão buscada por todos na vida privada, profissional, política e social, representa uma autodesvalorização.

c) Por fim, levando-se em conta a íntima ligação entre comunicar e informar, por que associar o bem à informação e o mal à comunicação? Para Wolton (2011, p. 12) “há uma espécie de esquizofrenia nessa vontade de diabolizar a comunicação para louvar a informação”.

Conceitualmente, Wolton coloca três categorias de informação:

Tem-se a *informação-notícia* ligada à imprensa; a *informação-serviço*, em plena expansão mundial graças especialmente à internet; e a *informação-conhecimento*, sempre ligada ao desenvolvimento dos bancos e bases de dados. Falta a *informação relacional*, que permeia todas as demais categorias e remete ao desafio humano da comunicação. (WOLTON, 2011, p. 17).

À vista disso, também é preciso considerar que a informação, seja ela de qualquer das categorias mencionadas, pode sofrer um desvio.

2.4.1 O desvio da informação

Todos – seres e instituições –, ou quase todos, defendem a liberdade de informação. No campo da informação-notícia, as contradições da informação são mais facilmente perceptíveis se considerarmos os códigos culturais e tradições pré-existentes para decifrá-los. Entretanto, em outros campos também existe esse caminho que leva ao desvio, conforme pontua Wolton (2011):

1 – Um número maior de informações não indica, necessariamente, um número maior de diversidade. Para isso, seria necessário um tratamento mais racional e de uniformização, já que a concorrência dos dias atuais leva à mesma abordagem, da mesma forma e no mesmo momento.

2 – Conseqüentemente, isso leva à abertura insuficiente, poucas ou nenhuma comparação e excessivo uso de clichês e estereótipos. Em outras palavras, tudo que não se espera na informação.

3 – A excessiva simplificação. Aqui, há a constatação de que a informação custa caro e a leva à falta de contextualização cultural – algo visto como decisivo na globalização.

4 – Ideologia do “furo” de reportagem”. Este acaba se tornando a única diferença em relação às demais informações da concorrência. São valorizados as celebridades, identificação duvidosa com os poderosos, que justifica todos esses desvios.

5 – Na corrida descomedida para vencer a concorrência, é preciso ir muito rápido atrás da notícia, o que prevalece em detrimento da compreensão de acontecimentos complexos – alguns até de dimensão mundial.

6 – A lógica econômica que confronta com a tentação maldosa de uma informação-notícia-gratuita. Esse “gratuito” acaba reforçando o desvio da informação à demanda. Nessa linha, Wolton (2011, p. 51) lança alguns questionamentos: “A tirania da demanda será o estágio supremo da informação? A quem serve a informação gratuita? Por que pagar pela informação-serviço e não pelas outras?”.

7 – A tendência seguida da *globalização na informação* denota os defeitos anteriores ao projetá-los em escala mundial, o que pode acentuar as contradições entre as várias concepções culturais da informação. Nesse sentido, questiona-se o pluralismo nas informações.

8 – *Boatos e segredos*, que aumentam na proporção das informações circulando. “O ‘off’ cresce proporcionalmente à abertura e à abundância de informações. Os segredos nunca são mais bem disseminados do que quando se tem um espaço público aberto e permeado por tecnologias de transmissão de mensagens”. (WOLTON, 2011, p. 52).

9 – O caminho repetitivo da mídia. Aqui, participam os que fazem e os seus convidados. Wolton (2001, p. 52) coloca que “o número dos que participam da produção da informação [...] é bastante restrito. São sempre os mesmos, uma espécie de falsa aristocracia”.

10 – A confusa diferença entre o progresso tecnológico e a lentidão necessária ao trabalho de produção da informação. Com a intenção de reduzir custos, além da incessante demanda de novas informações, conteúdos internacionais são adquiridos de agências, restando como fator de distinção o recurso à espetacularização de celebridades.

Protagonista (ou antagonista) no processo de comunicação é o receptor, responsável por receber a mensagem transmitida inicialmente e quem irá estabelecer um processo de negociação de sentidos.

2.5 O PAPEL DO RECEPTOR NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Parte indispensável para que o procedimento de comunicação seja realizado, os receptores podem negociar, filtrar, hierarquizar, recusar ou aceitar as inúmeras mensagens que são destinadas a ele. Ele não age de forma passiva no processo comunicacional, pois se mantém cada vez mais ativo para resistir a esse fluxo de informações que recebe. Wolton (2011) traz à tona a nomeação de *receptor-ator*, a fim de reforçar o dinamismo do receptor atual, e cita autores como Jürgen Habermas, Umberto Eco, Michel Serres, Edgar Morin e Régis Debray para discernir os “simples e incontáveis discursos” que colocam o receptor como um ser estúpido e passível de manipulação¹.

Nessa relação entre o receptor e o emissor na comunicação, Wolton destaca que:

A comunicação resulta de um jogo completo a três. O receptor nem sempre tem razão, longe disso, ou imporia sua ditadura, mas ele obriga a passar da ideia de transmissão à de negociação. Ontem, comunicar era transmitir, pois as relações humanas eram frequentemente hierárquicas. Hoje, é quase sempre negociar, pois os indivíduos e os grupos se acham cada vez mais em situação de igualdade. (WOLTON, 2011, p. 18-19).

Portanto, há uma negociação direta entre os indivíduos (receptores) e aquilo que desejam ver, seja na relação com os meios de comunicação ou mesmo em situações como relação conjugal, na família, trabalho, com amigos, etc. Entretanto, nem sempre o outro pode estar ali, pode ouvir ou esquivar-se, caracterizando a incomunicação.

2.5.1 A incomunicação

O processo de comunicação, como já colocado neste trabalho, pode sofrer interferências diretas em seu percurso, que vão desde o desvio da informação – vide capítulo 1, item 1.4.1 até a fulcral negociação de autoridade dos envolvidos no processo – vide capítulo 1, item 1.3.1. Para evitar tal fracasso, Wolton propõe dois pontos fundamentais: entender o que desencadeia a incomunicação e construir a coabitação.

¹ Na edição “Perdidas na Noite” do programa que será estudado, o Documento Especial – Televisão Verdade, antes do início do programa são exibidos os seguinte dizeres: “O programa a seguir contém cenas que podem ser desaconselháveis a crianças ou pessoas muito sensíveis”. Aqui, temos um exemplo desta ideia do programa de que o telespectador é passível de manipulação, pois, com tais dizeres, o programa generaliza no pressuposto de que todos poderão ofender-se com as imagens que serão apresentadas na edição.

Pensar a incomunicação e organizar a coabitação é salvar a comunicação. É assumir as suas dificuldades ontológicas e desejar assim preservar seu valor. Pensar a incomunicação é respeitar o outro, compreender em que repousa a alteridade. Pensar a incomunicação constitui o estágio supremo da comunicação. Construir a coabitação é refletir sobre as condições de um mínimo de inter-relação que respeite as diferenças. O ciclo comunicação-incomunicação-coabitação não é, pois, o fracasso da comunicação, mas sim a forma de respeitar, da melhor maneira possível, as dimensões normativas desta última. (WOLTON, 2006, p. 147).

Assim, respeitando as diferenças entre opiniões e pontos de vista – desenvolvidos por vivências e ideologias – é possível entender e reconhecer a incomunicação – passo fundamental para que a comunicação, enfim, seja completa. Construir a coabitação também é preciso, pois gera condições necessárias para uma mínima intercompreensão.

A humildade de reconhecer a incomunicação e construir a coabitação não indica, segundo Wolton (2006), um fracasso, mas sim o empenho em reconhecer os valores de cada uma delas e respeitá-las em suas diferenças e liberdades.

Traçando uma analogia à questão da comunicação e da incomunicação sob um prisma mais antropológico², Wolton qualifica que:

Pensar a incomunicação como condição da comunicação obriga, pois, a revalorizar o *conceito da comunicação*. Valorizá-lo é lembrar a importância desta dupla hélice e do valor sempre finalmente dominante da referência normativa. Há, por conseguinte, um trabalho inteiro a ser empreendido para *desconstruir* os estereótipos que visam desvalorizar a importância do conceito. Estes estereótipos são um pouco a prova de que o primeiro adversário da comunicação como valor humanista e democrático é frequentemente *o próprio homem*. (WOLTON, 2006, p. 172).

É preciso analisar os momentos (alguns até ancestrais) em que o homem se opõe à comunicação. Alguns destes talvez sejam compatíveis com os limites na comunicação normativa que são impostos ao homem nas sociedades, para o entendimento desta recusa do homem à comunicação, colocada por Wolton (2006, p. 172) como “centro da experiência humana e da democracia”.

Portanto, estudar a comunicação é de crucial importância no que tange ao direito e à liberdade do homem em questões que envolvem sua participação efetiva junto à sociedade e sobre como seu comportamento pode ser (e)ditado pelos meios de comunicação.

² Ciência que estuda características dos povos, como costumes, crenças e hábitos, que já habitaram e ainda habitam o planeta.

2.6 OS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO

A fim de compreender a forma e a força que os meios de comunicação possuem sobre os indivíduos, estudiosos e pensadores desenvolveram rigorosos estudos sobre a interação do homem com a comunicação e seus efeitos. Ao longo destes estudos, várias teorias surgiram – algumas hoje já em desuso, outras ainda em utilização. No que tange à apresentação das teorias da comunicação, Wolf estabelece três determinações:

- a.* o contexto social, histórico, econômico em que certo modelo teórico sobre as comunicações de massa surgiu ou se difundiu;
- b.* o tipo de teoria social, pressuposta ou explicitamente mencionada pelas teorias da mídia. Muitas vezes, tratam-se de modelos sociológicos implícitos, mas não faltam casos de conexões abertas entre quadros sociológicos de referência e pesquisa sobre a mídia;
- c.* o modelo de processo de comunicação que cada teoria da mídia apresenta. Também neste caso, muitas vezes é preciso explicitar esse elemento, pois paradoxalmente em muitas teorias ele não recebe um tratamento adequado. (WOLF, 2012, p. 3).

Dessa forma, será possível correlacionar as diversas ligações entre as teorias cunhadas e determinar quais foram seus grandes paradigmas nos dois períodos – classificados por Wolf, dos estudos da comunicação³.

No primeiro período, fundamentalmente havia a preocupação no efeito que os meios de comunicação de massa causavam nos receptores, como a proposição do pensamento hipodérmico.

2.6.1 Teoria hipodérmica

A primeira teoria que surgiu nos estudos da comunicação foi a teoria hipodérmica. Talvez, a melhor definição para ela esteja na afirmação que diz: “todo membro do público de massa é pessoal e diretamente ‘atacado’ pela mensagem” (WRIGHT, 1975, p. 79 apud WOLF, 2012, p. 4).

No âmbito histórico, a teoria hipodérmica surge no período das duas guerras mundiais, que também coincide com a difusão em larga escala das comunicações de massa. Para compreender as teorias da comunicação – sobretudo a teoria hipodérmica –, é preciso

³ Não objetivamos trabalhar todas as nuances das teorias da comunicação, pois entendemos ser pertinente apenas apresentar seu escopo teórico e sua evolução histórica, sem adentrar aos seus meandros, a fim de que possamos utilizá-las em nossas análises.

compreender o significado do termo *sociedade de massa*, direcionado especificamente à *massa*, assim explicada por Ortega Y Gasset:

É tudo o que não avalia a si mesmo – nem no bem, nem no mal – mediante razões especiais, mas que se sente ‘como todo mundo’ e, no entanto, não se aflige por isso, ou melhor, sente-se à vontade ao se reconhecer idêntica aos outros. (ORTEGA Y GASSET, 1930, p. 8 apud WOLF, 2012, p. 6).

Outro ponto inerente à massa diz respeito ao isolamento físico, espacial e de gênero variado de seus membros. Blumer coloca que:

[...] os indivíduos, enquanto pertencentes à sociedade de massa, são expostos a mensagens, conteúdos, eventos, que vão além da sua experiência, referindo-se a universos de significado e valor que não coincidem necessariamente com as regras do grupo de que fazem parte. (BLUMER, 1936 e 1946 apud WOLF, 2012, p. 7).

Logo, a teoria hipodérmica, baseada nos conceitos da sociedade de massa e em como seus indivíduos se colocam, indica que a mensagem lançada pela mídia é diretamente aceita por todos os membros da massa, sem qualquer interferência. Por esse motivo, a teoria também ficou conhecida como “teoria da bala mágica”, que viera a ser superado com o modelo de Lasswell.

2.6.1.1 A superação da teoria hipodérmica e o modelo de Lasswell

O modelo de Lasswell surgiu nos anos 30 – período de auge da teoria hipodérmica – e indicava um paradigma novo. Esse modelo explica que:

um modo apropriado de descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas:

quem
diz o quê
por qual canal
a quem
com qual efeito?

O estudo científico do processo de comunicação tende a se concentrar numa ou noutra dessas interrogações. (LASSWELL, 1948, p. 84 apud WOLF, 2012, p. 12).

As variáveis colocadas por Laswell definiam e organizavam as pesquisas em comunicações. Essa superação mencionada ocorreu paralelamente à inversão da teoria hipodérmica graças a três diretrizes distintas:

A primeira e a segunda, centradas em abordagens empíricas de tipo psicológico-experimental e de tipo sociológico; a terceira diretriz, representada pela abordagem funcional para a temática global dos meios de comunicação de massa, em sintonia com a afirmação em nível sociológico geral do estrutural-funcionalismo. (WOLF, 2012, p. 16).

No primeiro ponto, há o estudo dos fenômenos psicológicos individuais, ou seja, a relação dos indivíduos com a comunicação; o segundo explicita os fatores de mediação entre o homem e o meio de comunicação; o terceiro lança possíveis hipóteses sobre as relações entre indivíduo, sociedade e meios de comunicação de massa. Com essas diretrizes mais trabalhadas, a teoria hipodérmica foi abandonada por seu contexto inicial, dando espaço para o surgimento de novos paradigmas.

2.6.2 Teoria da persuasão ou empírico-experimental

Na teoria da persuasão, não havia mais a crença de que a mensagem era diretamente absorvida pelo indivíduo. Por isso, nesta teoria havia, resultante dos estudos psicológicos experimentais – behaviorismo⁴, um estudo mais aprofundado na relação mecanicista entre estímulo e resposta:

Esta evidencia (pela primeira vez na pesquisa em mídia) a complexidade dos elementos que entram em jogo na relação entre emissor, mensagem e destinatário. A abordagem já não é global em todo o universo da mídia, mas é “direcionada”, de um lado, para estudar sua melhor eficácia persuasiva e, de outro, para esclarecer o “insucesso” das tentativas de persuasão. (WOLF, 2012, p. 18).

Para atingir o receptor, portanto, o veículo de comunicação de massa deveria trabalhar para que atingisse os efeitos psicológicos relativos à audiência – através do *interesse em adquirir informação, a exposição seletiva e a percepção seletiva* – e à mensagem – através da *credibilidade do comunicador, da ordem das argumentações, do caráter exaustivo das argumentações e da explicitação das conclusões*.

⁴ Wolf (2012, p. 9) referencia a obra de Watson, *Psychology as the Behaviorist Views It*, na qual o autor estuda os conteúdos psicológicos por meio das suas manifestações observáveis, para definir a *psicologia behaviorista*.

2.6.3 Teoria dos efeitos limitados

Seguindo uma orientação sociológica, a teoria dos efeitos limitados indica não mais somente uma avaliação diversa sobre a quantidade de efeito, mas já uma configuração própria, diferente em questão quantitativa. Em comparação com as teorias anteriores, Wolf coloca que:

Se a teoria hipodérmica falava de *manipulação* ou propaganda, e se a teoria psicológico-experimental ocupava-se de *persuasão*, esta teoria fala de *influência*, e não apenas da exercida pela mídia, mas da mais geral, que “flui” nos relacionamentos comunitários, da qual a influência das comunicações de massa é apenas um componente, uma parte. (WOLF, 2012, p. 33).

Dessa maneira, os ‘canais de ligação’ entre a mensagem e os receptores estariam relacionados muito mais a questões sociais do que psicológicas, diferentemente da crença instaurada nas teorias anteriores.

2.6.4 Teoria funcionalista

Com um foco na ação social, a teoria funcionalista concentra seu estudo na ideia de que a mídia exerce um papel direto na sociedade, não trazendo ao seu estudo o comportamento do indivíduo. Aqui, Wolf traz uma importante citação: “Os seres humanos aparecem como ‘drogados culturais’, motivados a agir segundo o estímulo de valores culturais interiorizados, que regulam sua atividade”. (GIDDENS, 1983, p. 172 apud WOLF, 2012, p. 52).

Um ponto importante dos estudos dessa teoria diz respeito à sua abrangência: não são estudados casos diferenciados, como campanhas políticas e publicitárias, mas sim situações corriqueiras do cotidiano.

2.6.5 Teoria crítica ou Escola de Frankfurt

A teoria crítica identifica-se com os pensadores alemães de Frankfurt, tendo seu início com um manifesto publicado por Max Horkheimer, em 1937, na Escola de Frankfurt⁵. O

⁵ A Escola de Frankfurt possuía o Instituto de Pesquisas Sociais, que tinha como objetivo entender o suscitar da organização e da consciência dos trabalhadores da indústria moderna.

ponto inicial da teoria é propiciar uma visão entre crítica dos conflitos existentes entre ciência e cultura.

É também na teoria crítica que alguns termos foram cunhados, como Indústria Cultural⁶, que veio a substituir o termo Cultura de Massa⁷. Com a cunhagem desse termo, Adorno e Horkheimer caracterizavam a Indústria Cultural como a “transformação do progresso cultural no seu contrário” (WOLF, 2012, p. 75), e sintetizavam o homem como alguém entregue a uma sociedade que o manipula da forma que bem entender: “O consumidor não é soberano, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto” (ADORNO, 1967, p. 6 apud WOLF, 2012, p. 77).

Portanto, como enfatiza Marcuse:

[...] os fins específicos da teoria crítica são a organização da vida em que o destino dos indivíduos dependa não mais do acaso e da cega necessidade de relações econômicas incontroladas, mas da realização programada das possibilidades humanas. (MARCUSE, 1936, p. 29, citado em RUSCONI, 1968, apud WOLF, 2012, p. 75).

Em suma, a teoria crítica buscava interpretar relações sociais como forma de entender a contextualização dos fenômenos concernentes à sociedade e às produções culturais.

2.6.6 Teoria culturológica

A teoria culturológica busca “estudar a cultura de massa, determinando seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação que nela se instaura entre o consumidor e o objeto de consumo” (WOLF, 2012, p. 94). Dessa forma, diferentemente das demais teorias da comunicação, a teoria culturológica não estuda diretamente os meios de comunicação de massa e seus efeitos sobre os destinatários, mas sim a definição da cultura moderna na sociedade contemporânea.

Até a teoria culturológica, podemos entender que esta foi a primeira fase dos estudos em comunicação; a partir daí, já podemos entender que as teorias que serão abordadas a seguir fazem parte das tendências atuais nos estudos da comunicação, de acordo com Wolf, que define essa nova tendência:

⁶ Expressão utilizada por Horkheimer e Adorno na obra *Dialética do esclarecimento*, publicada em 1947, e que denotava a transformação de cultura em mercadoria, na qual tudo se tornava negócio.

⁷ Termo criado com um objetivo específico, atingir a massa popular, maioria no interior de uma população, transcendendo, assim, toda e qualquer distinção de natureza social, étnica, etária, sexual ou psíquica.

Não estamos mais no campo dos efeitos intencionais, ligados a um contexto de comunicação limitado no tempo e caracterizado por objetivos que visam obter tais efeitos: passamos agora para efeitos em certa medida latentes, implícitos no modo como determinadas distorções na produção das mensagens se reverberam no patrimônio cognitivo dos destinatários. Hoje, no centro da problemática dos efeitos, coloca-se, portanto, a relação entre a ação constante dos meios de comunicação de massa e o conjunto de conhecimentos sobre a realidade social, que dá forma a uma determinada cultura e nela age dinamicamente. (WOLF, 2012, p. 142).

A primeira hipótese do estudo recente diz respeito à *agenda-setting*.

2.6.7 Agenda-setting ou teoria do agendamento

Com o estudo da teoria do agendamento, há a ideia de que a mídia é quem impõe os assuntos que irão ao conhecimento das pessoas, algumas vezes ofuscando um determinado fato, mas, em contrapartida, omitindo muitos outros. Nesse raciocínio, a hipótese da *agenda-setting* esteia que:

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979, p. 96 apud WOLF, 2012, p. 143).

De certa forma, a hipótese da *agenda-setting* também analisa a capacidade cognitiva da audiência, pois a mídia acaba determinando a forma com que o indivíduo encara a realidade e o compara com as representações colocadas nos meios de comunicação de massa, podendo levá-lo a distorcer sua própria imagem:

À medida que o destinatário não é capaz de controlar a exatidão da representação da realidade social, *com base em algum padrão externo à mídia*, a imagem que ele forma para si mesmo mediante essa representação acaba por ser distorcida, estereotipada ou manipulada. (ROBERTS, 1972, p. 380 apud WOLF, 2012, p. 144).

Ao que tange à hierarquização das informações transmitidas pela mídia, Wolf traz uma análise dessa possível crescente *dependência cognitiva* e o impacto da *agenda-setting* através

de dois níveis: *a.* a “ordem do dia” dos temas, argumentos, problemas, presentes na agenda da mídia; *b.* a hierarquia de importância e de prioridade com que esses elementos estão dispostos na “ordem do dia”. (WOLF, 2012, p. 146).

No campo televisivo, ao que parece, o aumento de consumo não indica, necessariamente, um maior efeito da hipótese de agendamento. Wolf (2012) traz uma pesquisa de McClure e Patterson (1976) realizada na campanha presidencial americana de 1972⁸ que apresenta a ideia de que o público que acompanhou as campanhas pela televisão foi o que sofreu o menor efeito da *agenda-setting*:

Em cada análise dos dados de 1972, a comparação entre a influência da informação televisiva e o poder de outros canais de comunicação política (jornais, *spots* publicitário) mostra que a exposição às notícias televisivas teve, invariavelmente, os menores efeitos sobre o público [...]. Há uma confirmação limitada à hipótese da *agenda-setting*. Em alguns temas, mas não todos, os níveis de exposição aos meios de comunicação de massa mostram uma influência direta exercida pela *agenda-setting*. De tal modo, normalmente o efeito direto correlaciona-se com o consumo de jornais locais, e não com os noticiários televisivos. (MCCLURE-PATTERSON, 1976, pp. 24, 28 apud WOLF, 2012, p. 147).

Podemos asseverar que cada meio de comunicação possui capacidade variada de gerar influência nos indivíduos. Destarte, os meios de comunicação acabam se ‘hierarquizando’ na relação entre a eficácia da *agenda-setting* e a influência que este gera:

Os jornais são os primeiros promotores a organizar a agenda do público. Eles definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão possui um certo impacto a curto prazo na composição da agenda do público. (MCCOMBS, 1976, p. 6 apud WOLF, 2012, p. 163).

Portanto, mesmo não sendo a primeira na ordem das que define a agenda da audiência, a televisão poderá assumir papel fundamental⁹ nos assuntos que o público carregará em seu pensar após o contato com o meio de comunicação.

⁸ A pesquisa, efetuada com base na declaração de 626 pessoas, compõe-se de uma análise de conteúdo dos noticiários televisivos e dos diários locais, de três blocos de entrevistas antes da eleição e de uma entrevista telefônica após a eleição, da classificação dos indivíduos conforme seu grau de fruição da mídia, de uma escala de relevância que os indivíduos atribuem aos principais temas eleitorais. (WOLF, 2012, p. 147).

⁹ Recorrendo novamente à edição “O país da impunidade” do programa estudado, o Documento Especial – Televisão Verdade, é possível entender a influência que a exibição da analogia que o programa traz – mostrando grandes tragédias e a falta de punição aos ricos, diferente do que ocorre com os menos favorecidos financeiramente – no imaginário da população, que talvez manipulada por este contexto, tenha tido uma motivação ainda maior para exigir o impeachment do então Presidente Fernando Collor de Mello de seu cargo.

Posteriormente à teoria do agendamento, os estudos de comunicação centraram-se em uma segunda área, que estudava os emissores e seus processos de produção nas comunicações de massa, originando novas teorias, voltadas especificamente ao jornalismo.

2.6.8 Teoria do gatekeeper

A teoria do gatekeeper teve sua origem com o psicólogo social Kurt Lewin, em 1947, apresentando uma visão sobre uma pessoa que “toma uma decisão numa sequência de decisões” (TRAQUINA, 2008, p. 150). Nesse conceito, Lewin atentou-se ao fato de que algumas decisões eram tomadas por “porteiros” e desencadeavam um fluxo de informações que eram repassadas pelos meios de comunicação. Dessa maneira, as notícias deveriam passar por portões (*gate*, na tradução para o inglês) e guardiões (*keepers*, na tradução para o inglês); em caso contrário, não seriam publicadas.

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essas notícias ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação. (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Nessa abordagem do *gatekeeper*, a notícia, para ser aprovada, passa por uma série de considerações do “porteiro”, que analisará condições de natureza profissional e organizacional:

As decisões do *gatekeeper* são realizadas menos numa base de avaliação individual de noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios tanto profissionais quanto organizacionais, como a eficiência, a produção de notícias, a velocidade. (ROBINSON, 1981, p. 97 apud WOLF, 2012, p. 186).

O *gatekeeper*, portanto, atua como mediador da notícia; a ele depende a responsabilidade de aprovar (ou não) e dar continuidade no fluxo da notícia.

2.6.9 O Newsmaking

Tão proliferada em redes sociais, as mensagens que questionam a imagem que os meios de comunicação passam no mundo podem ser sintetizadas como objeto de estudo primordial do *newsmaking*. Duas perguntas definem bem o âmbito da teoria: “Qual imagem do mundo passam os noticiários radiotelevisivos? Como essa imagem se correlaciona com as exigências cotidianas da produção de notícias nas organizações radiotelevisivas?” (GOLDING-ELLIOTT, 1979, p. 1 apud WOLF, 2012, p. 193). Ademais, a teoria também procura entender a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos de produção.

Assim, na “produção de notícia” (tradução do termo que dá nome a teoria), torna-se importante entender o contexto que envolve a produção da informação:

[...] na produção de informação de massa, temos, de um lado, a cultura profissional, entendida como “um emaranhado inextricável de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, padronizações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que controlam a sua confecção. Posteriormente, a ideologia se traduz numa série de paradigmas e práticas profissionais adotadas como naturais”. (GARBARINO, 1982, p. 10 apud WOLF, 2012, p. 195).

Em contrapartida, também é preciso considerar as condições e restrições ligadas à organização do trabalho, pois são elas “que determinam a definição de notícia, legitimam o processo de produção e contribuem para prevenir as críticas do público” (GARBARINO, 1982, p. 12 apud WOLF, 2012, p. 195). Essas condições é que determinaram o *noticiabilidade* de cada informação, julgando assim, se estas são aptas ou não a serem publicadas.

Logo, *noticiabilidade* é definido como o “conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimento que servirão de base para a seleção das notícias” (WOLF, 2012, p. 202).

Seguindo essa linha, Traquina (2008) coloca que os estudos sobre conteúdo dos media noticiosos demonstram um padrão estável e previsível no esquema geral, algo que, segundo o próprio autor, deve-se à *noticiabilidade*, definida assim por ele:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícias que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isso é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Com a definição de *noticiabilidade*, agora será possível definir qual é o fator de influência que a notícia deve ter para que seja considerada boa o suficiente para fazer parte do jornal, telejornal, radiojornal etc.

2.6.9.1 Valores-notícia

Valores-notícia, em sua essência, podem ser entendidos como o conjunto de fatores que levará um fato a ser considerado bom o suficiente para virar notícia. Esses critérios são variados e envolvem diversos fatores, mas são interligados:

Em primeiro lugar, deve-se determinar que, embora o discurso sobre esses fatores apresente-se inevitavelmente como um elenco e uma lista de valores/notícia individualizados, na realidade eles operam na prática de modo complementar. Na seleção dos eventos a serem transformados em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, em “maços”: são as diversas relações e as combinações que se determinam entre diferentes valores/notícia, para “recomendar” a seleção de um fato. (WOLF, 2012, p. 202).

Outro aspecto a ser levado em conta é o de que os valores-notícia são critérios de seleção que fazem parte de todo o processo da notícia, desde a seleção até os fatores finais, cada um deles com uma determinada importância.

Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a reprodução, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. Os valores/notícia são, portanto, regras práticas que compreendem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implícita e muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos de trabalho redacional. (GOLDING-ELLOTT, 1979, p. 114 apud WOLF, 2012, p. 202 - 203).

Entretanto, devido à atribulada rotina a qual estão submetidos, ou em alguns casos – principalmente em jornais do interior – por conta da baixa ruptura do usual – premissa básica

da origem das notícias –, os jornalistas não poderão fazer uma seleção de todas as notícias que lhes chegam, devendo, assim, incorporar essa exigência à sua rotina, tornando-a possível de ser administrada.

No que concerne à caracterização dos valores-notícia, Traquina (2008) citando Wolf (1987) apresenta uma divisão em duas categorias básicas, que indicam suas admissões implícitas ou de considerações relativas:

a. Critérios substantivos: No primeiro critério, são consideradas duas premissas básicas, a importância e o interesse da notícia. Dessa maneira, Traquina traz à tona o atentado terrorista contra as torres gêmeas e ao Pentágono, ocorridas em 2001¹⁰, quando é apresentado o primeiro valor-notícia intrínseco aos ataques: a **morte**¹¹.

A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa (jornalistas) e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos écrans da televisão. (TRAQUINA, 2008, p. 79).

Notoriedade também é um valor-notícia apresentado por Traquina, que afirma que tal critério pode ser visualizado nas coberturas de um congresso partidário, quando o jornalista sai em busca do político como se ele fosse uma estrela. A **proximidade**¹² é lembrada como algo fundamental, sobretudo em termos geográficos e culturais. **Relevância**, como mais um valor-notícia, indica a preocupação do jornalismo em levar às pessoas notícias que infiram diretamente em seu cotidiano. Para Traquina (2008, p. 80), “este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país ou a nação”.

Mais um valor-notícia integrante aos critérios substantivos é a **novidade**, que traz algo que até então não fazia de uma determinada notícia, algo fundamental para o ‘resgate’ de um fato noticiado anteriormente. Já o **tempo**, também um valor-notícia, é tratado por Traquina de maneiras distintas, a saber:

¹⁰ Em 11 de setembro de 2001, a Al Qaeda, organização islâmica radical, atacou e destruiu as duas torres gêmeas do *World Trade Center*, em Nova York, e o edifício do Pentágono, em Washington, levando mais de 300 pessoas à morte.

¹¹ Este talvez tenha sido o valor-notícia mais utilizado na edição “O país da impunidade”, na qual o programa, como já mencionado neste trabalho, ligou a corrupção imperante no país naquele ano de 1992 com a impunidade presente aos responsáveis por tragédias que levaram inúmeras pessoas a óbito.

¹² Um exemplo do valor-notícia proximidade pode ser ilustrado com um fato ocorrido no dia 13 de abril de 2013 na cidade de Bauru, no interior de São Paulo, quando uma moça de 22 anos assassinou seu namorado de 34 anos, com uma facada no pescoço. A notícia foi publicada por jornais de Bauru e região, mas recebeu pouco ou quase nenhum destaque nos jornais da cidade de São Paulo. Fonte: **Jornal da Cidade**. Disponível em: <<http://www.jcnet.com.br/Policia/2013/04/homem-e-morto-pela-namorada-em-frente-a-upa-ipiranga.html>>. Acesso em: 14 abr. 2013.

Em primeiro lugar, o fator tempo é um valor-notícia na forma da atualidade. A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícias pode servir de “*news peg*”, ou gancho para outro acontecimento ligado a esse assunto. Segundo, o próprio tempo pode servir como um “*news peg*” e justificar a noticiabilidade de um acontecimento que já teve lugar no passado, mas nesse mesmo dia. (TRAQUINA, 2008, p. 81).

Notabilidade é outro fator lembrado como valor-notícia. Traquina (citando Lippmann) coloca que uma greve operária pode ser considerada notícia porque é palpável, enquanto as condições dos trabalhadores não deverão ser notícia por não terem essa concretude. A quantidade de pessoas envolvidas em um fato e a inversão, o contrário do “normal”, podem ser entendidos como fatores da notabilidade. Nessa linha, o **inesperado**¹³ é mais um dos valores-notícias. É ele o responsável pelo fator ‘surpresa’ na notícia.

O **conflito ou a controvérsia** também são valores-notícia importantes, pois representaram pontos de vista distantes e antagônicos que enriquecerão a discussão em torno de um fato tratado na notícia, que poderá ser sobre violência. Também na esfera da violência está a **infração**, outro valor-notícia que dá a ideia de ruptura de regras, violência. Possuindo ligação íntima com o valor-notícia infração está o **escândalo**, mais um valor-notícia que pode ser atrelado à polêmica. Ele foi exemplificado por Traquina no caso “*Watergate*”¹⁴.

b. Critério contextuais: Nos critérios contextuais, observa-se que a importância está centrada no material e na disponibilidade deste para o produto jornalístico. Neste segmento, a **disponibilidade** é um valor-notícia, pois é ela quem determina a facilidade na cobertura do fato. O **equilíbrio** também é um valor-notícia, já que ele apresentará um balanço sobre a quantidade de notícias relacionadas a um acontecimento. Traquina (2008, p. 89) coloca que “assim, devido ao valor de equilíbrio, o jornalista ou a empresa jornalística poderá racionalizar da seguinte maneira: ‘Não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo’”.

Com igual importância neste grupo está a **visualidade**, que denota a qualidade de elementos visuais que possam ilustrar bem o acontecido na matéria. Já a **concorrência** talvez

¹³ Este também é um valor-notícia utilizado pelo Documento Especial – Televisão Verdade. Na edição “Delírio na madrugada”, o programa traz à tona a atividade noturna do transformista Laura de Vison, que faz shows em uma boate carioca, mas que durante o dia dá aulas em uma escola estadual.

¹⁴ O escândalo *Watergate*, ocorrido nos anos 70 do século XX, teve o então presidente dos EUA Richard Nixon como alvo de investigações da mídia por conta de fraudes e irregularidades em seu governo, o levando à renúncia de seu cargo em 1974. Tal episódio ficou conhecido por conta do envolvimento na mídia americana no caso.

seja o valor-notícia de maior desafio dos jornalistas. Como toda empresa, as jornalísticas também possuem concorrentes que estão sempre em busca do novo para superar seus concorrentes. Fechando este segmento de valores-notícia está o **dia noticioso**, que versa sobre os dias para o jornalismo: em determinado dia serão vários os fatos novos a serem noticiados; em um outro dia, a escassez de novos fatos poderá ser aguda.

c. Critérios de construção: Aqui, temos os valores-notícia dentro do acontecimento e que são importantes na elaboração da notícia. A **simplificação** é um deles, pois quanto mais simples for a notícia, mais fácil de ser entendida ela será, portanto, os jornalistas devem escrevê-la de forma que sua compreensão seja simples. Há também a **amplificação**¹⁵, que faz referência ao teor amplificado de um acontecimento.

Não menos importante está a **relevância**, que é o valor-notícia relacionado ao acontecimento relevante para merecer destaque do leitor/telespectador/ouvinte/receptor. Para o discurso jornalístico efetivo, a **personalização** é fundamental, pois quanto maior personalização a notícia tiver, maior a possibilidade de ser notada, por conta da facilitação na identificação. A **dramatização** é um valor-notícia colocado como “reforço dos aspectos mais críticos, o reforço do lado emocional, a natureza conflitual”. (TRAQUINA, 2008, p. 92). Por fim, a **consonância** é o valor-notícia que dá a noção de que a notícia deve ser colocada em um contexto já conhecido, para que seja bem notada.

Motivadora das mais recentes teorias da comunicação, a tecnologia hoje é encarada como grande responsável por encurtar distâncias entre as sociedades e auxiliar na produção de novas investigações acerca da comunicação e jornalismo.

2.7 O ADVENTO DA TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO

No decorrer do século XX, talvez o fato histórico que mais tenha marcado a sociedade – causando uma verdadeira mudança, de uma forma geral – foi o avanço da tecnologia nas comunicações. Anteriormente a isso, a comunicação na sociedade era feita graças ao alfabeto, colocado por Castells (1999) como uma tecnologia conceitual inventada na Grécia, por volta do ano 700 a.C., e que tornou possível a comunicação que engloba o discurso oral e o escrito.

Entretanto, a comunicação escrita era separada do sistema audiovisual de símbolos e percepções – algo que Castells (1999, p. 413) coloca como “tão importantes para a expressão

¹⁵ Exemplificando este valor-notícia, podemos trazer à tona a capa do jornal argentino Clarín, na edição de 4 de outubro de 2009, que trazia a manchete: “Argentina se quedó sin voz”, manchete esta que representava a amplificação da morte da cantora Mercedes Sosa em detrimento aos demais acontecimentos.

plena da mente humana”. Com a distinção destes dois elementos fundamentais na comunicação, o mundo dos sons e imagens ficava restrito aos bastidores da arte.

Porém, no século XX, com o advento dos meios de comunicação que traziam elementos audiovisuais, a situação se alterou, levando alguns intelectuais que usavam o áudio e o visual a chatearem-se com a propagação da comunicação em massa¹⁶:

Sem dúvida, a cultura audiovisual teve sua revanche histórica no século XX, em primeiro lugar com o filme e o rádio, depois com a televisão, superando a influência da comunicação escrita nos corações e almas da maioria das pessoas. Na verdade, essa tensão entre a nobre comunicação alfabética e a comunicação sensorial não-mediativa determina a frustração dos intelectuais com relação à influência da televisão, que ainda domina a crítica social da comunicação de massa. (CASTELLS, 1999, p. 413).

Nesse contexto, mesmo 2.700 anos depois, era possível observar esse fenômeno de transformação tecnológica através da convergência entre vários meios de comunicação. Castells pontua que (1999, p. 414) “a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana”, formando, assim, uma rede integrada de informação.

Com essa evolução dos meios de comunicação aliada à tecnologia, até mesmo a cultura tornou-se um fenômeno que sofre influência direta da comunicação. Castells assegura que:

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. [...] o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura. (CASTELLS, 1999, p. 414).

Um dos veículos que mais apresentou evolução tecnológica, e conseqüentemente maior mudança em seu conteúdo e formato, foi a televisão, que começou como um meio de comunicação que adotava procedimentos similares aos do rádio, mas conquistou uma identidade própria ao longo das décadas e grande representatividade junto à audiência, tornando-se um veículo de comunicação de massa.

¹⁶ Wolf (2012, p. 7) descreve a massa como “constituída por um agregado homogêneo de indivíduos que – enquanto seus membros – são substancialmente iguais, não distinguíveis mesmo se provêm de ambientes diversos, heterogêneos e de todos os grupos sociais.

3 TV E TECNOLOGIA: ASPECTOS HISTÓRICOS

Como um veículo de grande representatividade junto ao público desde seu surgimento, a televisão inovou os meios de comunicação ao aliar os elementos de som e imagem. Nessa longa trajetória, a televisão se transformou em um veículo de comunicação que exerce fascínio junto aos telespectadores, podendo exercer grande influência na vida de seu público.

3.1 SOBRE A TELEVISÃO: ALGUMAS OBSERVAÇÕES

Assistir televisão indica que o telespectador está em busca de alguma maneira de encontrar entretenimento, conhecimento ou algum meio de interação proporcionada por este veículo de comunicação. Isto está intrinsecamente ligado ao fato da experiência do homem ao olhar objetos, cenas e natureza, buscando por meio delas – das cenas – esses sentimentos que poderá encontrar na televisão.

Desta forma, quando do seu surgimento, a televisão possibilitou ao homem uma experiência inédita com o uso da visão, algo que não poderia ser feito com o rádio – que até então era o veículo de comunicação com maior alcance ao público.

Desde que aprendeu a caminhar, o homem baseia-se na visão para assegurar-se de seu meio ambiente e para decidir a direção a tomar. Os outros sentidos informam-lhe também sobre o ambiente, seu redor, mas é a visão, de qualquer maneira, o sentido mais preciso para sua orientação. (MARCONDES FILHO, 1994, p. 8).

Como lembra Marcondes Filho (1994), a televisão não trouxe somente mudanças na maneira de transmitir acontecimentos e relatos, mas também foi responsável por uma verdadeira transformação no ‘fazer’, sobretudo na narrativa, na qual é possível observar uma sensível mudança naquilo que estávamos habituados a ver no cinema.

Possivelmente, a grande diferença entre a televisão e o cinema, como meios de comunicação, esteja relacionada à publicidade, inerente aos dois: enquanto na televisão essas taxas publicitárias são cobradas por minuto, no cinema elas são cobradas em taxas inteiras, pois, neste, é garantida a presença do público por pelo menos o tempo do filme, enquanto na televisão, o telespectador tem o poder de mudar de canal a hora que quiser, o que poderá levar a emissora a eventuais prejuízos. Assim, quando transmitidos pela televisão, os filmes contam com intervalos, já que essa pausa estratégica nas emoções trazidas pode ajudar as mensagens publicitárias na venda de mercadorias, segundo o autor.

Para Ciro Marcondes Filho (1994), citando Marshall McLuhan, a televisão tem a capacidade de unir todos os sentidos do homem, algo único:

[...] diante de outros meios de comunicação, ela absorve todos os sentidos: a visão e a audição, que eram trabalhadas separadamente no rádio, no jornal, na literatura, são aqui envolvidas de uma forma plena mais do que no teatro e mais do que no cinema [...], ela extrapola esses outros meios frios, abrangendo muito mais do que a visão e a audição. Ao apropriar-se de todos os outros tipos de programação, ela tenta ser simplesmente 'o mundo todo'. (MARCONDES FILHO, 1994, p. 25).

Com todas essas características que a tornaram ímpar, a televisão atingiu grande ascensão desde o seu surgimento, superando o cinema – até então monopolizador do público noturno – e o rádio – que detinha o maior poder de penetração no dia-a-dia dos lares –, convertendo-se no maior veículo de comunicação de massas, exercendo grande fascínio junto aos telespectadores.

3.2 O FASCÍNIO EXERCIDO PELA TELEVISÃO

Bem antes da televisão, no século XIX, as pessoas buscavam entretenimento através de romances populares, que eram amplamente negociados às famílias de baixa renda. Com esses livretos em mão, as pessoas permitiam-se sonhar, fantasiar e exprimir verdadeiras sensações de ansiedade e prazer, algo que antes só era possível dessa forma. Isso mostra o quanto o homem sempre valorizou e buscou a fantasia.

Ainda nesse sentido, muitas pessoas passaram a utilizar a televisão como uma verdadeira companheira doméstica, pois a deixavam ligada concomitantemente às suas atividades do lar, para lhes fazer companhia. Nesse contato, não é preciso responder – como seria necessário se estivéssemos falando com alguém – e é possível deter o controle 'total' da ação, podendo desligá-la ou mudar de canal no caso de inconveniência.

Contudo, esse contato aproximado com a televisão pode isolar completamente as pessoas, alienando-as da realidade.

Vendo apresentadores, cenas, entrevistas, elas têm a ilusão de participarem do ambiente. Essa presença, contudo, é apenas *imaginária*, só existe na cabeça do telespectador. Na realidade, ele está muito só, embora sua solidão seja bastante diferente da solidão propriamente dita – a solidão existencial. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 9).

Nesse ponto, a televisão adere amplamente à vida do telespectador, fazendo parte dela como se fosse um amigo íntimo. Marcondes Filho amplifica essas considerações:

O elemento vivo das pessoas, seu ‘motor, aquilo que as faz ter vontade de viver, não está no real, no cotidiano nem no mundo do trabalho e sim no imaginário. E a televisão é a forma eletrônica mais desenvolvida de dinamizar esse imaginário. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 11).

Nos estudos sobre a televisão e sua influência junto à sociedade, Marshall McLuhan deu entendimento ao que conhecemos como “Galáxia de McLuhan”.

3.2.1 A galáxia de McLuhan e o surgimento da televisão como veículo de massa

Com a propagação da televisão nos anos subsequentes à Segunda Guerra Mundial¹⁷ – que a tornou um veículo de comunicação de massa –, criou-se uma verdadeira ‘galáxia’¹⁸ que interligou os telespectadores ao redor do mundo.

Nesse momento, os demais meios de comunicação adequaram-se à realidade da época. Castells (1999) coloca que o rádio perdeu sua capacidade de centralização, mas, por outro lado, atingiu maior penetrabilidade e flexibilidade junto ao seu público, pois conseguira adaptar temas e modalidades ao ritmo de vida que as pessoas levavam no cotidiano; filmes passaram a harmonizar-se com a audiência televisiva; jornais e revistas aprofundaram seu conteúdo especificamente para sua audiência, mantendo-se atentos ao fornecimento de informações estratégicas ao meio televisivo dominante; os livros, por sua vez, não apresentaram grandes alterações, embora alguns tivessem o desejo de tornar-se roteiro de TV; tais constatações apresentam a influência que o meio televisivo atingira neste momento histórico.

Sobre os motivos pelos quais a televisão conquistara tal abrangência junto à sociedade, Castells assevera que:

¹⁷ Foi um conflito militar global que durou de 1939 a 1945, envolvendo a maioria das nações do mundo – incluindo todas as grandes potências – organizadas em duas alianças militares opostas: os Aliados e o Eixo. Foi a guerra mais abrangente da história, com mais de 100 milhões de militares mobilizados. Fonte: **Infoescola**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/segunda-guerra-mundial/>>. Acesso em: 24 mar. 2013).

¹⁸ Termo criado por Marshall McLuhan (1964), investigador da chamada Escola de Toronto.

Apesar de as condições em nossas sociedades serem como são, a síndrome do mínimo esforço, que parece estar associada com a comunicação mediada pela TV, poderia explicar a rapidez e a penetrabilidade de seu domínio como meio de comunicação, logo que apareceu no cenário histórico. Por exemplo, de acordo com estudos sobre a mídia¹⁹, apenas uma pequena proporção de pessoas escolhe antecipadamente o programa a que assistirá. Em geral, a primeira decisão é assistir à televisão, depois os programas são examinados até que se escolha o mais atrativo ou, com mais frequência, o menos maçante. (CASTELLS, 1999, p. 416).

Na televisão, questiona-se o que era novo para atingir tais proporções junto ao público. O poder centralizador era algo que já existia no rádio, pois Adolf Hitler já fazia uso de sua existência para enviar mensagens de único conteúdo e com um único propósito. Castells (1999) coloca que um dos fatores predominantes da TV foi o fim da Galáxia de Gutemberg²⁰, o que encerrou um sistema de comunicação essencialmente dominado pela mente tipográfica e pelo alfabeto fonético²¹.

A modalidade de imagem de TV nada tem em comum com filme ou fotografia, exceto pelo fato de que oferece também uma *gestalt* não-verbal ou postura de formas. No caso da TV, o espectador é a tela. É submetido a impulsos luminosos que James Joyce comparou a “bombardeio de luzes”... A imagem de TV não é um instantâneo estático. Não é uma fotografia em nenhum sentido, mas um delineamento ininterrupto de formações desenhadas ponto a ponto pela varredura. O contorno plástico resultante aparece pela luz através da imagem, não pela luz sobre ela, e a imagem assim formada tem a qualidade de esculturas e ícone, e não de uma foto. A imagem de TV oferece ao receptor cerca de três milhões de pontos por segundo. Desses, o receptor aceita apenas algumas dúzias a cada instante para com eles formar uma imagem. (MCLUHAN, 1964, p. 313 apud CASTELLS, 1999, p. 417).

Também preponderante nessa análise é a baixa definição das televisões à época. Castells (1999, p. 417), ao referenciar McLuhan, coloca que os telespectadores é que acabam preenchendo esse espaço não-definido na imagem, o que aumenta seu envolvimento emocional com o assistir televisão. Mesmo assim, não há uma contradição com o dito “menor esforço”, já que a TV apela ao espírito associativo/lírico, o que não envolve esforço psicológico.

Já nos anos 80 do século XX, Castells (1999) evidencia que novas tecnologias surgiram e transformaram o mundo da mídia, a conferir:

¹⁹ Neuman (1991) citado por Castells (1999).

²⁰ Gutenberg foi o responsável pelo aperfeiçoamento da prensa tipográfica, premissa básica para o desenvolvimento da imprensa.

²¹ Castells (1999) apud McLuhan (1962).

1. Novos jornais eram escritos, editados e impressos à distância – o que permitia edições simultâneas do mesmo jornal;
2. Os aparelhos de *walkman* permitiram a escolha individual do cidadão sobre o que ouvir;
3. O rádio se especializou ao ponto de contar com estações temáticas e subtemáticas (24 horas de música, 24 horas de notícias, etc.);
4. Os videocassetes permitiam aos telespectadores uma alternativa à programação televisiva que não lhe fosse conveniente;
5. Os filmes também contaram com o advento do videocassete para continuar com sua produção.

Porém, ao passo em que tecnologias paralelas cresciam, a televisão também acompanhou esse ritmo, graças à multiplicação dos canais, levando a uma diversificação de gêneros e formatos. Na década de 90, a tecnologia da TV a cabo auxiliou ainda mais nessa diversificação do conteúdo televisivo. Assim, novas redes foram formadas e houve uma gama de programações que se expandiram para Europa, Ásia e América Latina via satélite. Com essa interligação da televisão com os demais continentes, houve uma segmentação da audiência no mundo, com algumas particularidades:

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de número, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor. (SABBAH, 1985, p. 219 apud CASTELLS, 1999, p. 424).

Em se tratando de Brasil, a televisão, acompanhando a tendência mundial, assumiu um papel importante no cotidiano dos brasileiros, além de apresentar grande evolução se comparada à data do seu surgimento.

3.3 HISTÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL

O Brasil foi um dos cinco primeiros países do mundo a contar com a televisão e o primeiro da América Latina. Antes disso, a televisão já havia chegado à Inglaterra, Estados Unidos²², França, Alemanha e Holanda.

Na noite de inauguração da TV em terras brasileiras, quando a primeira transmissão aberta ao público²³ foi realizada, um programa especial havia sido escrito e um evento fora organizado para celebrar o acontecimento:

Para homenagear seu advento, Marcelo Tupinambá e Guilherme de Almeida escreveram a “Canção da TV” e um banquete de alta gala foi oferecido no Automóvel Clube por Chateaubriand às maiores personalidades do País, que viram, em televisores especialmente colocados no recinto, as primeiras imagens da TV brasileira. Duzentos aparelhos receptores foram trazidos e distribuídos em vários pontos da cidade para que o público em geral pudesse participar da novidade assistindo às primeiras manifestações. (FEDERICO, 1982, p. 81-82).

Mesmo sendo um sistema que já havia sido testado no país²⁴, oficialmente, a primeira emissora a surgir no Brasil foi a TV Tupi. Em São Paulo, a “estação” ganhou o nome de PRF-3 TV, inaugurada em 18 de setembro 1950; posteriormente, no dia 20 de janeiro de 1951, a TV Tupi Canal 6 entrava no ar no Rio de Janeiro.

²² A primeira televisão da história surgiu em janeiro de 1928, em Nova York, nos Estados Unidos da América, por meio do sueco Ernst F. W. Alexanderson, engenheiro da General Electric (GE). Essa primeira transmissão aconteceu para apenas três casas. Após alguns meses, com o aumento da experiência da GE com o sistema, os elementos básicos de uma televisão foram implantados. Fonte: **Portal São Francisco**. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-da-televisao/historia-da-televisao-2.php>>. Acesso: em 11 mar. 2013).

²³ O site **Mega Minas** afirma que a primeira transmissão de televisão no Brasil ocorreu em Juiz de Fora-MG, no dia 28 de setembro de 1948, com a exibição de uma partida de futebol, assistida por jornalistas e autoridades, como o prefeito da cidade à época, Dilermando Cruz Filho. Isso teria sido possível graças ao técnico em eletrônica Olavo Bastos Freire, que ficou com uma câmera e uma antena. As imagens captadas da Avenida Rio Branco foram transmitidas em uma TV de três polegadas, instalada na Avenida Getúlio Vargas, onde funcionava a antiga Casa do Rádio. Disponível em: <<http://megaminas.globo.com/2010/09/30/juiz-de-fora-relembra-a-primeira-transmissao-de-tv-no-brasil>>. Acesso em: 03 mar 2013.

²⁴ De acordo com Federico (1982, p. 81), ocorreram várias demonstrações do sistema televisivo no país, antes de seu lançamento oficial. Em 1939, os alemães fizeram uma demonstração de seu sistema numa exposição. No Rio de Janeiro, em 1946, a Rádio Nacional teria promovido as primeiras transmissões experimentais com o programa “Rua 42”. Ainda com a promoção da Rádio Nacional, o primeiro programa televisado foi “Nada Além de Dois Minutos”, de Paulo Roberto, e o segundo, de Renato Murce, levava o nome de “Papel Carbono”. Por conta da indefinição das imagens, o resultado foi desastroso.

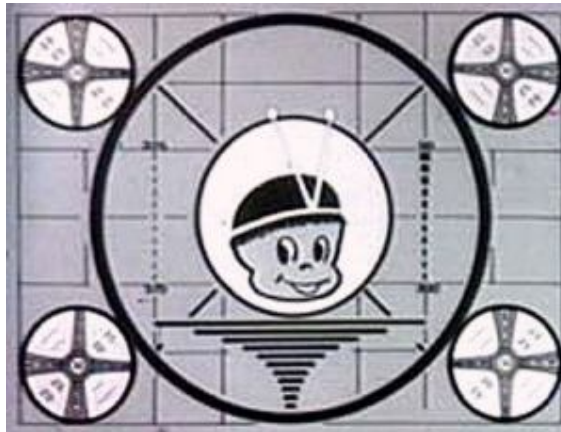


Figura 1 – Primeiro logotipo da TV Tupi
 Fonte: Jchistorybrasil..., (2011)

No aspecto dos programas televisivos havia um grande desafio para os comunicadores da época: produzir atrações que atingissem todo o potencial que o veículo de comunicação prometia alcançar.

3.3.1 Os primeiros produtos televisivos no Brasil

Ainda sem um público fiel – por conta da sua recém-chegada ao país –, os profissionais que trabalhavam na televisão viam-se ainda sem uma referência para seguir no que tange à produção de programas e atrações para a televisão. Como neste princípio de funcionamento o público que acompanhava a televisão era majoritariamente elitizado – segundo Federico (1982, p. 82), em 1951 um aparelho receptor custava nove cruzeiros –, os produtores dos programas televisivos decidiram apostar em produtos que copiassem a fórmula utilizada no rádio.

Ninguém suspeitava sequer como chegar a uma linguagem televisiva. O caminho galgado pelo rádio fora árduo, porém o específico televisivo era outro e o pessoal era o mesmo. Partiu-se para uma experimentação curiosa, incompatível com a estrutura comercial (por isso mesmo maravilhosa e benéfica) (FEDERICO, 1982, p. 83).

Assim, na televisão não havia uma preocupação consciente na experimentação de novos produtos; o que era feito não passava de adaptações rudimentares do que havia em outros veículos.

Nos anos subsequentes, a televisão apostou na entrada do teatro, o que trouxe novos problemas na produção de programas dessa natureza:

O problema de voltar aos primórdios do cinema com técnicas televisivas, colocando apenas câmeras numa boca de cena, provou a ineficiências das adaptações de velhas técnicas ao novo sistema. Transmitiram-se várias peças que estavam em cartaz no teatro, usando esse esquema, que provou a incompatibilidade com a TV, porque os atores, ao interpretarem à maneira teatral, ficavam caricatos através das câmeras. (FEDERICO, 1982, p. 84).

Nesse gênero teatral, Walter George Durst²⁵ foi um dos pioneiros na área artística televisiva e que sugeriu novas narrativas baseadas em decupagem e uma concatenação específica para o veículo televisivo, além das novas técnicas de atuação teatral voltadas à televisão.

Já melhor adaptada às exigências intrínsecas ao seu gênero, mas ainda sem uma definição totalmente clara sobre seu rumo, a televisão trouxe adaptações pretensiosas do teatro, colocando no ar peças de Shakespeare, Dostoievski e outros clássicos.

Pouco depois, com menos sofisticação, a TV passou a adaptar também filmes e romances estrangeiros – algo que não gerava muitos custos, pois não havia a obrigação no pagamento de direitos autorais, além de que esses filmes não eram dublados –, porém ainda sem conseguir realizar grandes produções.

O tratamento cênico dessas montagens televisivas deixava muito a desejar, o entulhamento do palco da ação pelo coreógrafo, por exemplo, não permitia grandes tomadas e movimentação das câmeras. (FEDERICO, 1982, p. 84-85).

Mesmo com tantos esforços, o resultado obtido era de encenações bem parecidas às do teatro, quadro este que só foi revertido com o tempo e as constantes adaptações, o que mostrou a especificidade da televisão em contraposição ao teatro e ao cinema: “uma linguagem mista entre a verdade teatral e a verdade televisiva”. (FEDERICO, 1982, p. 85).

Nos gêneros de variedade e auditório, as atrações musicais contavam com grande audiência e nível de conteúdo. Esses programas apresentavam um conteúdo inversamente proporcional às facilidades tecnológicas da época.

²⁵ Trabalhava na Rádio Tupi quando da chegada da televisão no país e foi um estudioso de cinema e idealizador do tipo de teleteatro que a emissora implantou e que ali reinou por muitos anos. Fonte: **Museu da TV**. Disponível em: <<http://www.museudatv.com.br/biografias/Walter%20George%20Durst.htm>>. Acesso em: 03 mar. 2013.

Dos programas jornalísticos, o primeiro que atingiu grande sucesso e audiência foi o conhecido “Repórter Esso”²⁶, no qual a garota propaganda do programa era a dinamizadora dos comerciais que eram feitos ao vivo.

Outro importante produto televisivo foi a telenovela, que a princípio surgira como algo que viesse a trabalhar no sentido de estimular o consumo de produtos pelo público, o que não aconteceu por conta do número pequeno de aparelhos que existiam à época.

(A telenovela) surgiu mais como uma adequação da televisão ao processo consumista que justificou sua própria existência, ou seja, ela nasceu para comercializar produtos e por quase dez anos não o conseguiu, em razão das dificuldades de disseminação dos aparelhos receptores, por falta de poder aquisitivo, embora em 1960 já houvesse cerca de 100 mil aparelhos no Rio e em São Paulo. (FEDERICO, 1982, p. 85).

Nos anos 60, as telenovelas, contando com grandes evoluções – já que foram o grande chamariz para o público que deveria ampliar seu mercado publicitário –, conquistaram grande proliferação no mercado, tornando-se carro-chefe de muitas emissoras.

Quanto à trajetória que a televisão brasileira percorreu, podemos dividi-la em duas fases, de acordo com Ciro Marcondes Filho (1988): “Fase do surgimento e fase da supremacia e autocentramento”, a saber:

3.3.2 Fase do surgimento

No Brasil, a televisão teve seu início na década de 50 – ainda produzindo de forma precária – com profissionais oriundos do rádio, do cinema e do teatro, que ainda se adaptavam à televisão com o propósito de ocupar os espaços na programação, à base de “experimentalismo”. Graças a essa falta de experiência dos profissionais que ingressaram nesse meio, a televisão era considerada, nessa primeira fase, apenas como mais um meio de comunicação, buscando seu lugar entre o rádio e o cinema.

Aos poucos e com uma maior adaptação de seus profissionais, a televisão foi conquistando seu espaço e popularidade, no período que ficou marcado pela pequena detenção majoritária de audiência que a TV Tupi, canal 4, de São Paulo, vinha conquistando.

Já em meados da década de 60, alguns avanços puderam ser notados, com o crescimento de novas emissoras, o que representou a primeira disputa pela audiência. Um fato

²⁶ Criado originalmente no rádio, o programa foi apresentado de 10 de abril de 1952 até 31 de dezembro de 1970 na TV Tupi. Fonte: **Integração Brasil**. Disponível em: <<http://integracao brasil.blogspot.com.br/2011/08/ha-70-anos-entrava-no-ar-o-reporter.html>>. Acesso em: 03 mar. 2013.

importante desta época foi a introdução dos videoteipes nos canais televisivos, o que ajudou sensivelmente na conquista da televisão como um veículo de comunicação desejado pelo público.

Paralelamente, a entrada de vídeo-tape na década de 60 (em 1966 quase todas as emissoras já possuíam VT) veio reforçar a já alcançada predileção da televisão tanto pelo público como pelo anunciante, porque permitiu também imprimir um ritmo novo à programação e uma nova forma de concatenação, através da montagem, à narrativa televisiva. (FEDERICO, 1982, p. 87).

Ainda nesse período destacam-se a TV Record, canal 7 de São Paulo, que conquistara mais espaço, e a TV Excelsior, canal 9, também em São Paulo, que recebera grandes investimentos que resultaram em sua liderança de audiência.



Figura 2 – Primeiro logotipo da TV Excelsior

Fonte: 95FM..., (2011).



Figura 3 – Primeiro logotipo da TV Record

Fonte: Mundo..., (2008)

Marcondes Filho (1998, p. 9) coloca um importante acontecimento desse período ao dissertar que: “a televisão pode ser um bom negócio. Começa a ampliar rapidamente a base da audiência, os aparelhos já são comprados em grande escala e aos poucos vai-se tornando uma necessidade social geral da população”.

A década de 60 marcaria, definitivamente, a televisão como meio de comunicação massivo, graças à sua consolidação no mercado.

Somente na década de 70 é que esse cenário se alteraria, com o crescimento vertiginoso da TV Globo, que assumira a liderança absoluta de audiência, principalmente por conta de sua tecnologia moderna, aos investimentos que a tornaram acessível no país inteiro e de sua essência empresarial, calcada na rentabilidade e eficiência, algo que previamente não existia nas demais redes de televisão.

Também é nesse período – na transição da década de 60 para a década de 70 – que surgem as teorias críticas sobre a televisão. Essas teorias a colocam como massificadora da sociedade, impondo comportamentos, opiniões e agindo diretamente nas culturas da sociedade. Nesse cenário, os donos das redes de televisão foram amplamente criticados, por agirem diretamente na democracia do país por conta de seus canais e de seus interesses.

Porém, o que se observou, é que todo esse movimento não atingiu diretamente os receptores, pois todo este cenário de divergências que marcou a primeira fase da televisão no país fora criado em uma época de conflitos e lutas políticas de maior expressão, como a Guerra Fria²⁷, que se estendeu até o término da década de 70.

²⁷ A Guerra Fria foi um conflito que não resultou em confronto armado, foi uma disputa ideológica entre Estados Unidos e União Soviética, que transcorreu a partir do fim da Segunda Guerra Mundial (1945) e findou em 1991, com o fim da União Soviética. Esse conflito pode ser definido como uma guerra econômica, diplomática e tecnológica que tinha como objetivo a expansão das áreas de influências do capitalismo e do socialismo. Fonte: **Brasil Escola**. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/geografia/guerra-fria.htm>. Acesso em: 03 mar. 2013.

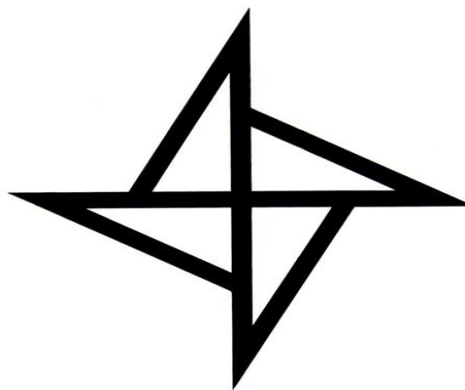


Figura 4 – Primeiro logotipo da TV Globo

Fonte: Globo..., (2009)

3.3.3 Fase do autocentramento

Na década de 80, houve uma grande transformação na relação entre a televisão e os espectadores. Aqui, a televisão já se colocou como total dominadora no mercado de informações, modificando sua relação com seu público e a forma de produzir programas. A televisão desta época ganhou fragmentação, dispersão e atomização do controle do sistema televisivo.

Essas mudanças tiveram início na Europa, nos Estados Unidos e no Canadá com as recentes utilizações de novos sistemas eletrônicos que foram ampliados para a televisão, chegando ao Brasil já no final dos anos 80. Com esses sistemas, era possível a existência de múltiplos emissores de comunicação, de múltiplas mensagens, dando fim àquilo que servia de argumento nas críticas anteriores: o monopólio em torno de um único emissor.

Basicamente, a diferença entre a primeira e segunda fase dá-se por meio da nova utilização da televisão; na primeira fase, ela era uma “janela” para o mundo: o telespectador tinha acesso a informações que circundavam seu cotidiano. Já na segunda fase, a televisão tornou-se “opaca”, pois ela não mais transmitia mundos, mas sim os fabricava.

A relação de verdade factual sobre a qual repousava a dicotomia entre programas de informação e programas de ficção entra em crise e tende cada vez mais a envolver a televisão em seu conjunto, transformando-a de um veículo de fatos (considerado neutro) em um aparato para a produção de fatos, de espelho da realidade em produtor de realidade. (ECO apud MARCONDES FILHO, 1994, p. 32).

Dessa maneira, com essa mudança na televisão que passa a produzir o imaginário, ela ganha *status* de criadora de espetáculos, indústria de sonhos. Com isso, a televisão passa a assumir completamente essa identidade, criando programas de esportes, humor, discussões políticas ou telejornais que tratam e apresentam fatos ocorridos ou não, fazendo jus à sua nova caracterização. Nesse novo rumo, a televisão deixa de se preocupar com a verdade; se outrora ela ocupava-se em transmitir a verdade, neste momento ela passa a produzir fábulas, encantos e sonhos, com o consentimento de todos.

E aí há uma importante inversão de valores: se antes a televisão espelhava a realidade das pessoas, hoje ocorre o oposto, segundo Kroker (apud MARCONDES FILHO, 1994, p. 35): “Na cultura pós-moderna, não é a tevê que é o espelho da sociedade, mas exatamente o contrário: é a sociedade que é o espelho da tevê”.

Portanto, o que hoje é exibido pela TV deve receber um tratamento especial por parte do telespectador, pois há possibilidade de que a notícia seja exibida de uma forma não totalmente verídica e imparcial. Seguindo essa linha, Marcondes Filho ressalta:

O chamado “real”, como se vê, já não exista mais. Aquilo que se passa nas ruas, que tem efeito de repercussão, impacto, envolvimento na opinião pública é totalmente reformulado, rearranjado e montado em estúdio de televisão de maneira que se construa a partir daí um novo tipo de ficção, um novo tipo de fábula. (MARCONDES FILHO, 1994, p. 55).

Nessa inversão de valores da dualidade entre real e irreal, a televisão limita a criticidade inovadora e discernida dos indivíduos, pois faz uso dessa captação do imaginário para explorar o espaço comercial e induzir as pessoas nesse processo intrincadamente publicitário e capitalista, agindo também em favor da manutenção da ordem.

3.4 A MANUTENÇÃO DA ORDEM ATUAL PELA TELEVISÃO

Quando os telespectadores acompanham programas televisivos – sejam eles de qualquer natureza – dificilmente se dão conta de que estão, subitamente, participam de um processo indireto para a manutenção da ordem vigente ou *status quo*²⁸.

Goodlad (apud MARCONDES FILHO, 1994, p. 83) acredita que até mesmo os programas de brincadeiras, que à primeira vista parecem suprimir esses valores vigentes, atuam diretamente no inconsciente do público para que ele mantenha essa ordem, pois com

²⁸ Status Quo é um termo em latim que significa ‘estado atual’.

esses programas, a impressão que se tem, é de que tudo volta ao seu ritmo normal. Dessa maneira, a ordem social vigente é mantida nos distúrbios sociais, que denotam a sensação de que está, assim, atrás deles, uma coerência moral na sociedade.

Há também a exibição de conflitos e problemas, porém sempre em relação a normas e valores precários, já que valores como família e casamento são, de fato, precários e dissolvem-se facilmente.

Em seriados e novelas, por exemplo, existe a chamada *troca universal*, que é a padronização de comportamentos e atitudes de forma que todos as entendam.

Os produtos de televisão que são exibidos em vários países (minisséries, *Dallas* etc.), para que completa absorção, possuem uma *estrutura básica*. Isso quer dizer que são produzidos conforme o modelo de troca universal, ou seja, através da inclusão de “modelos culturais”: modelos clássicos de questionamento e restituição da ordem, modelos de ação, de violência de agilidade ou de esportividade, que funcionam, nos filmes, como a moeda na economia – todo mundo os reconhece, todo mundo pode entendê-los, pois existem em qualquer lugar. Um filho que se rebela contra os pais e depois se redime; uma cidade que é ameaçada por um criminoso que é depois capturado; um casamento que entra em crise e se recompõe, são exemplos de questionamento e restituição da ordem, como as moedas – todos os países as possuem. (MARCONDES FILHO, 1994, p. 84)

Fundamental para que as estratégias televisivas de manutenção do status-quo funcionem, a tecnologia da televisão tem evoluído constantemente, hoje já operando em sinal digital no país, contrariando as primeiras transmissões, que ainda padeciam de muito esforço por parte dos profissionais.

3.5 TECNOLOGIA DAS TRANSMISSÕES TELEVISIVAS

Como já dito neste trabalho, a primeira emissora de televisão no Brasil – e que assim permanecera até o início de 1951, quando surgira a TV Tupi Rio – foi a TV Tupi São Paulo, também conhecida como PRF3-TV. Em seu surgimento, seu contrato de compra foi assinado em Nova Iorque, no ano de 1948.

Para que a TV Tupi São Paulo pudesse ser inaugurada, foi preciso que dois engenheiros, Jorge Edo e Mário Alderighi – responsáveis por seu surgimento –, fizessem um acompanhamento nos Estados Unidos e trouxessem seus conhecimentos para o Brasil a fim de superar os problemas que surgiriam nesse processo:

(Os engenheiros) foram enviados aos Estados Unidos para se introduzirem nos princípios e técnicas básicos da nova tecnologia eletrônica. Após estágio na RCA e na rede NBC tiveram que enfrentar muitos problemas para a instalação, primeiro dos transmissores que ficavam no topo do prédio do Banco do Estado de São Paulo, depois dos estúdios no Sumaré, onde antes se situavam os transmissores da Difusora (estação de rádio). (FEDERICO, 1982, p. 82).

Em um esforço para que a mudança desses transmissores fosse feita em 12 horas, os engenheiros trabalharam durante a noite inteira, evitando, assim, a saída da emissora do ar²⁹. A RCA também auxiliou, enviando o seu engenheiro, Sr. Walter Obermüller, para que orientasse as instalações e as primeiras operações experimentais. Esse equipamento possuía potência de 5 kw de vídeo e 2,5 kw de áudio.

A emissora contava com três câmeras, mas uma delas quebrou durante a inauguração³⁰, o que acabou atraindo muitas pessoas para esse evento que iniciava as atividades do canal.

O Plano Nacional de Rádio e Televisão foi desenvolvido em 1966-1967, pelo Diretor do Dentel³¹ – Departamento Nacional de Telecomunicações – Coronel Álvaro Pedro Cardoso. Nesse Plano, era prevista a regulamentação da programação ao vivo (o Decreto-Lei 236 garantia com um dispositivo que o Contel o fizesse).

Também graças ao Contel, juntamente com a resolução n.2 de 5 de janeiro de 67, é que foram aprovados, em caráter provisório, os critérios para atribuição de canais em UHF³², reservando canais para as capitais dos Estados e territórios, além de fixar os padrões técnicos para sua efetivação.

O satélite brasileiro foi lançado na antiga CNAE – Comissão Nacional de Atividades Espaciais – e à época fora visto com certo receio:

²⁹ À época, os transmissores ocupavam centenas de metros quadrados e possuíam grande peso, pois eram refrigerados à água, segundo Federico (1982).

³⁰ O fato de uma câmera ter quebrado gerou piadas, nas quais diziam que Assis Chateaubriand, ao dar por inaugurado o canal de televisão, estourou uma garrafa de champanhe sobre a câmera, após o corte da fita simbólica, para batizá-la. (FEDERICO, 1982, p. 82).

³¹ Entidade que tratava dos assuntos de telecomunicações, no âmbito do Governo Federal, ao lado do Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) e da Empresa Brasileira de Telecomunicações, até o ano de 1967, quando fora criado o MiniCom – Ministério das Comunicações –, que absorveu todas as funções dos três órgãos.
Fonte: **Wikicom**. Disponível em:
<http://wikicom.mc.gov.br/index.php/Minist%C3%A9rio_das_Comunica%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 10 mar. 2013.

³² Os canais em VHF já haviam sido distribuídos com base no Decreto 31.835 de 21-11-1952 do Plano Nacional de Televisão. (FEDERICO, 1982, p. 95).

Entre os projetos que estavam ligados ao satélite, destacamos o MESA, o RADAM, o SERE (sensores remotos), SACI (dedicado à alfabetização e educação de base). O principal fator de perplexidade e até de indignação estava ligado à problemática econômica e social do país, muitos indagavam se com os problemas a serem enfrentados, em termos de infraestrutura de base a ser implantada, se teria a possibilidade sequer de aventar a introdução do país nas comunicações por satélite. (FEDERICO, 1982, p. 96).

Como principal objetivo, esse satélite se propunha à consecução de meta de integração do país, para cobrir as distâncias territoriais e sociais – algo que até hoje é alvo de discussões.

3.5.1 A introdução do Videoteipe

Na década de 1960 – conforme já comentado neste trabalho – os videoteipes passaram a fazer parte da televisão, possibilitando reforçar o apelo à publicidade nos canais televisivos, pois era possível gravar previamente os anúncios por conta dessa nova tecnologia. A primeira emissora que fez uso do VT foi a TV Tupi, que o inaugurou em 21 de abril de 1960, quando gravou as solenidades da inauguração de Brasília com um equipamento RCA.

Além do auxílio no âmbito publicitário, o videoteipe também representou muito para outros setores:

A sua inclusão significou uma atualização operacional além da abertura das perspectivas para a recém-consolidada atividade radiodifusora, a inovação foi recebida com entusiasmo comparável ao dos pioneiros quando da introdução do rádio e o argumento maior para a euforia foi a economia de operação e de tempo gasto para as realizações, que ampliou de forma ilimitada a programação a preços menores. (FEDERICO, 1982, p. 87).

Porém, o efeito reverso também ocorreu. Por conta da euforia com a nova tecnologia, os produtores não enxergaram alguns problemas com o VT, o que gerou problemas para as pequenas emissoras de localidades e regiões distantes que perderam espaço e limitavam seus novos talentos.

3.5.2 O viewfinder e o pool de emissoras e o acordo internacional

Já em 1966, nenhuma tecnologia significativa havia sido implantada no sistema televisivo. Como a sofisticação dos equipamentos existentes, foi introduzido o *viewfinder*³³. Entretanto, algumas mudanças estruturais foram significativas, como os *pools*³⁴, que introduziram mudanças na forma de transmitir eventos, como ocorrera na transmissão da Copa do Mundo de 1966³⁵, realizada na Inglaterra.

Ainda nesse período, aproveitando normas estabelecidas pela FCC³⁶ nos EUA, o Brasil assinou acordos que regulavam as potências máximas de emissoras, legitimado pelo Contel e o Uruguai, para regular a atuação de 13 canais brasileiros e outro uruguaio, em ondas métricas (VHF) situadas no RS e nas fronteiras daquele Estado, evitando interferências prejudiciais.

3.5.3 A chegada da TV em cores

Graças à resolução 20, de 7 de março de 1967, o Brasil teve aprovado seu padrão para transmissão de sua TV colorida, obtida em virtude de uma variante do NTSC³⁷/PAL³⁸, o PAL-M³⁹.

³³ Monitor de imagem acoplado à câmera para que o operador tivesse noção do que ela estava captando. Fonte: **Tudo sobre TV**. Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/glossa/gloss_v.htm>. Acesso em: 10 mar. 2013.

³⁴ União de emissoras para transmitir um determinado evento. (MELLO, 2003).

³⁵ As finais dessa Copa foram vistas por cerca de 400 milhões de pessoas em todo o mundo. A eurovisão teve os direitos de televisionamento direto para a Europa (mais de 11 bilhões de cruzeiros rendeu à Federação Inglesa). As transmissões ao vivo só chegaram aos Estados Unidos, América Central e Europa. As demais nações do mundo receberam fitas gravadas. No Brasil, anteriormente a essa rede só havia ocasionalmente retransmissões internas com cópias de tape que cobriam apenas Rio, São Paulo e Belo Horizonte. (FEDERICO, 1982, p. 90).

³⁶ Comissão Federal de Comunicação (Federal Communications Commission) dos EUA. Fonte: **O informante**. Disponível em: <[http://www.oinformante.com/biblioteca/08%20-%20Aprova%C3%A7%C3%A3o%20\(norma\)%20FCC%20para%20transmissores%20RF.htm](http://www.oinformante.com/biblioteca/08%20-%20Aprova%C3%A7%C3%A3o%20(norma)%20FCC%20para%20transmissores%20RF.htm)>. Acesso em: 12 mar. 2013.

³⁷ Abreviatura de National Television System(s) Committee, a comissão que desenvolveu os padrões de televisão para os Estados Unidos, é um sistema analógico de televisão. Foi aprovado em 1941 como o primeiro sinal padrão de rádio-difusão televisiva nos Estados Unidos, ainda existente nos dias de hoje. Este sistema faz parte da maior parte dos países Americanos, com exceção do Brasil e faz ainda parte de vários países do Leste Asiático. As primeiras transmissões em preto e branco iniciaram-se no dia 1 de Julho de 1941. Anos mais tarde, entre 1950 e 1953, a mesma Comitativa reuniu-se novamente a fim de criar um sistema de vídeo composto, na qual é adicionada uma nova frequência capaz de fornecer, além do sinal a preto e branco, o sinal a cores. No dia 1 de Janeiro de 1954, começaram as transmissões desse novo sinal, composto, de preto e branco e cor. Fonte: **Tecnologia do globo**. Disponível em: <<http://www.tecnologiadoglobo.com/2009/08/diferenca-entre-pal-ntsc-e-secam/>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

³⁸ O sistema PAL, abreviatura do inglês Phase Alternating Line (Linha de Fase Alternante) é o formato mais comum na Europa. Tem uma melhor qualidade de imagem, já que dispõe de um maior número de linhas de varrimento. Fonte: **Tecnologia do globo**. Disponível em: <<http://www.tecnologiadoglobo.com/2009/08/diferenca-entre-pal-ntsc-e-secam/>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

Para que o sistema fosse adotado no país, a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo fez um estudo que analisou os três sistemas até então existentes, o SECAM⁴⁰ (usado na França e na Rússia), o PAL (usado na Alemanha e na Inglaterra) e o NTSC (usado nos Estados Unidos), constatou que o sistema PAL-M era o mais indicado para o Brasil.

Neste relatório foram avaliados aspectos como a comparação entre os sistemas de transmissão de vídeo, manipulação dos receptores, custo dos receptores e os índices econômicos – todos apontando para o PAL-M como melhor opção para o país.

O primeiro programa exibido com o recém sistema de cores foi a novela “O Bem Amado”, exibida pela Rede Globo em 1972, que mostrava o poderio da rede de televisão que começava a conquistar certa hegemonia nacional.

Hoje, as transmissões televisivas no Brasil ocorrem via sinal digital⁴¹, o que elimina qualquer interferência no som e na imagem, garantindo qualidade a quem utiliza esse sistema.

Talvez o gênero televisivo que mais faça uso da tecnologia é o dos telejornais e documentários, que a utilizam para fazer cobertura de notícias em lugares e países longínquos.

3.6 O GÊNERO TELEVISIVO TELEJORNALISMO/DOCUMENTÁRIO

Documentários e telejornais são programas que fazem parte do gênero jornalístico. Dessa forma, entendemos que sua função diz respeito unicamente ao ato de informar, sem qualquer interferência nesse processo.

Todavia, não é essa a única função dos programas de cunho jornalístico. Há que se considerar que, por vezes – ou talvez muitas vezes – esses programas abusam de elementos que inferem diretamente no imaginário das pessoas, influenciando a percepção de desigualdades discursivas, como o imagético.

Segundo J. S. R. Goodlad citado por Marcondes Filho (1988, p. 52): “O jornalismo e o telejornalismo são parentes muito próximos dos dramas. Em questão de preferência popular, os noticiários ocupam, aliás, o segundo lugar, logo após o drama”. Dada tal constatação, não é

³⁹ Usado no Brasil, desde 19 de Fevereiro de 1972. Este sistema foi criado para fazer face à corrente usada neste país, de 60 Hz. Fonte: **Tecnologia do globo**. Disponível em: <<http://www.tecnologiadoglobo.com/2009/08/diferenca-entre-pal-ntsc-e-secam/>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

⁴⁰ Tal como no sistema PAL, também o sistema SECAM transmite 625 linhas de resolução, das quais 576 são visíveis. Também usa a mesma frequência de varrimento do sistema PAL, de 50 varrimentos por segundo, 50 Hz. Difere do sistema PAL na medida em que a transmissão da cor é feita de maneira diferente, de uma forma sequencial: vermelhos e amarelos numa linha e azuis e amarelos na próxima linha. Fonte: **Tecnologia do globo**. Disponível em: <<http://www.tecnologiadoglobo.com/2009/08/diferenca-entre-pal-ntsc-e-secam/>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

⁴¹ A primeira transmissão da TV Digital no Brasil ocorreu em São Paulo, no dia 2 de dezembro de 2007.

surpresa imaginarmos que a junção dos dois elementos possa atrair audiência e chamar ainda mais a atenção do telespectador. Quando são mostradas notícias sobre um acontecimento que envolve, por exemplo, um movimento social de reivindicação, possivelmente será criado um verdadeiro espetáculo na notícia, pois isso será mostrado ao público como se fosse um verdadeiro acontecimento social, algo como um produto de circo, dado o show criado.

Por seu caráter festivo, esses fatos, sem quaisquer vínculos com a realidade imediata do telespectador, são politicamente esvaziados. A TV, portanto, pode apresentar até matérias sobre movimentos e partidos revolucionários, guerrilheiros e comunistas, pois a sua descaracterização como fatos críticos e explosivos já foi feita anteriormente – não direta e formalmente, mas na sua *apresentação*. O cenário, o apresentador, as cores e todas as ‘informações paralelas’ neutralizam as notícias. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 52).

Para o alemão Dagobert Lindlau (apud MARCONDES FILHO, 1988, p. 52) há dois pontos importantes a serem levados em consideração neste formato jornalístico, a conhecer:

No primeiro ponto, Lindlau (apud MARCONDES FILHO, 1988, p. 52) coloca que o apelo do público por conteúdo positivo se trata de total enganação, já que a construção de um ambiente positivo na televisão gera muito mais investimentos do que um mundo próximo à realidade.

Já no segundo ponto observado pelo jornalista alemão, a realidade na televisão acaba se dispersando por conta das opiniões jurídicas sobre acontecimentos e pessoas ocupando o espaço da redação em relação à própria notícia. Ainda nesse sentido, Lindlau acredita que isso ocorre por favorecimento a grupos políticos e partidários que não têm o menor interesse em notícias que lhes prejudiquem.

De acordo com Marcondes Filho (1988, p. 54) no jornalismo televisivo é possível observar dois ingredientes que constam na produção dos programas: a fragmentação e a personalização ou personificação, pontos estes que também atuam diretamente nessa relação entre o telespectador e o veículo televisivo.

A fragmentação se caracteriza quando a notícia é retirada de seu contexto original, dando a entender que o ponto noticiado não teve causa e consequência. São exemplos as reportagens que retratam manifestações, na qual são mostrados somente os atos dos manifestantes, sem mergulhar na causa de tal ação.

No outro ingrediente observado, a personalização ou personificação, os programas jornalísticos atribuem a responsabilidade de um fato a uma única pessoa, sendo que, na

verdade, essa mesma responsabilidade deveria ser cominada a um conjunto maior, como uma instituição ou a sociedade.

Há também a adequação da notícia à política das emissoras televisivas, que acabam moldando as notícias de acordo com suas ideologias. Nesse sentido, algumas notícias ganham uma importância maior do que deveriam, outras acabam perdendo o espaço que mereciam por conta dos interesses da emissora.

O telejornalismo é, portanto, um gênero de televisão que transmite algo muito diferente do que *a priori* se propõe. Onde deveria haver informação, há encenação; onde deveria haver crítica, há bagatelização; onde deveria haver utilidade pública, há comércio. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 58).

Além da encenação⁴², no gênero jornalístico também é possível encontrar alguns programas em que há desde confusão no papel do jornalista⁴³, à criação de fatos que nem sempre (re)tratam a realidade⁴⁴.

Em contrapartida, Charaudeau (2012) discerne que o peso dos equipamentos e as condições da programação poderão implicar que essa transmissão televisiva não seja direta e, mesmo quando for, estará sujeita às condições do entrevistado nas transmissões ao vivo – como em um *link*⁴⁵, por exemplo – em que a pessoa que concede entrevista pode sentir nervosismo e não se comunicar com fluidez, ou até mesmo nas variações climáticas, que podem interferir neste aspecto:

⁴² A edição de 28/01/2013 do “Jornal Nacional” – telejornal transmitido pela TV Globo – foi transmitida com a apresentadora Renata Vasconcellos no estúdio e com o também apresentador William Bonner em frente à boate Kiss, que sofrera um incêndio um dia antes. Bonner trazia em sua feição um ar de tristeza e pesar. O teor do telejornal foi essencialmente focado na tragédia, com uma exaustiva cobertura da TV Globo – fato que se estendeu a outros telejornais do canal – mostrando determinada encenação sobrepondo-se à informação objetiva.

⁴³ No dia 28 de novembro de 2012, o apresentador do programa Brasil Urgente da TV Bandeirantes, momentaneamente “deixou” seu papel de jornalista no programa para, em exibição ao vivo, negociar com um sequestrador a rendição de um homem que mantinha a mãe e a irmã como reféns, as ameaçando com uma faca. José Luiz Datena, apresentador, pedia, em contato telefônico, para que Joel – o sequestrador – se entregasse e liberasse as reféns. Na negociação transmitida ao vivo para todo o país, o sequestrador aceitou entregar-se após ver a transmissão do sequestro pela televisão, já que isso lhe garantiria integridade física, segundo seus pedidos. Após o término da negociação, Datena deixou o comando do programa e o entregou ao jornalista Márcio Campos, ainda com a transmissão ao vivo.

⁴⁴ Na edição do dia 7 de setembro de 2003, o programa Domingo Legal, até então comandado pelo apresentador Augusto Liberato – o Gugu – exibiu uma entrevista gravada em um ônibus com dois supostos integrantes da facção criminosa PCC. Na entrevista, os “marginais” ameaçaram o vice-prefeito da cidade de São Paulo à época, Hélio Bicudo; os apresentadores José Luiz Datena – do Brasil Urgente, da TV Bandeirantes, Marcelo Rezende – do Repórter Cidadão da RedeTV! – e o comentarista de polícia e de futebol Oscar Roberto Godói – do Cidade Alerta da TV Record. Além das ameaças, o grupo também assumira a tentativa de sequestro do padre Marcelo Rossi, ocorrida uma semana antes da entrevista. Após diversas investigações, no dia 17 de setembro de 2003, a polícia concluiu que a entrevista fora forjada pela equipe de produção do programa e gravada no estacionamento da sede do Sistema Brasileiro de Televisão.

⁴⁵ Termo técnico que indica entrada ao vivo do repórter, do local onde acontece a notícia. Fonte: **Jornal Metodista**. Disponível em: <<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>>. Acesso em: 11 mar. 2013.

Em todo caso, quando a televisão transmite ao vivo, o efeito de presença é tal que toda distância espacial fica abolida, toda fronteira temporal desaparece e cria-se a ilusão de uma história se fazendo numa cotemporalidade com o fluxo da consciência do telespectador: o acontecimento mostrado, eu o vi, eu, em meu presente, ao mesmo tempo atual e intemporal, pois passado e futuro se fundem nele. (CHARAUDEAU, 2012, p. 111).

Tais constatações mostram também que a televisão está sujeita a situações que podem interferir diretamente na produção de seus programas, já que está inserida em um macroambiente social, político, histórico, climático e cultural.

Por ser a mídia que trabalha com a imagem por excelência, a televisão gera dois tipos de olhar, a saber:

Um olhar de *transparência*, mas de ilusão de transparência, quando pretende desvelar, descobrir o oculto, mostrar o outro lado do espelho; o outro, de *opacidade*, quando impõe sua própria semiologização do mundo, sua própria intriga, sua própria dramatização. (CHARAUDEAU, 2012, p. 112).

Dessa forma, a televisão é um veículo como signo ideológico que apresenta cenas que revelam os dramas do mundo, os conflitos de palavra entre o poder político e o poder civil e aquelas em que há a palavra da intimidade, com efeito de catarse para a audiência, através dos telejornais por meio de reportagens, entrevistas e debates.

Alguns programas jornalísticos de documentários exibem imagens tidas como “fortes” para menores de idade, por conta de seu cunho erótico e de sua linguagem que pode trazer palavras de baixo “calão” e manifestações sem qualquer tipo de pudor – o que nem sempre é cortado na edição final do programa, haja vista que pode gerar identificação com o telespectador e, fatalmente, maior audiência.

3.6.1 O apelo ao erotismo e à obscenidade?

Em programas que trazem temas popularescos é comum encontrarmos cenas que contenham apelo ao erotismo. Algumas delas são cortadas por uma prévia censura da emissora ou do programa, algo não necessariamente obrigatório.

Nem sempre a censura moral – imposta pela Igreja, pelo Estado ou por outras Instituições de preservação moral – é levada em consideração na edição de documentários que tragam temas polêmicos, como prostituição, vida de travestis etc, e isso pode ocorrer porque não há uma diretriz “moral” que institua essa proibição, o que gera certo conflito com a

censura que é imposta à exposição do corpo humano em situações que envolvam ciência e aprendizado

A aplicação dessa censura é muito movediça: não possui um código estrito e depende da *consideração subjetiva* do funcionário censor responsável. Assim, a TV pode apresentar as chamadas danças eróticas, as publicidades de nítido apelo sexual ou de claras analogias a atos e perversões sexuais, que estimulam a masturbação, a dependência oral, a prática voyeurista, mas não pode ilustrar para fins científico, corpos nus em posturas naturais, membros ou partes sexuais para fins educativos, nem o processo de procriação na forma como ele se dá. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 95).

No programa estudado por este trabalho – o “Documento Especial – Televisão Verdade” – há exposições explícitas de corpos nus, o que talvez indique um apelo ao erotismo e à sexualidade, sem qualquer censura por parte da emissora que o exibe, a TV Manchete.

Na edição “Perdidas Na Noite”, que (re)trata a vida e o cotidiano dos travestis, há exibição de corpos quase nus em uma cena; em outra é mostrada a aplicação de silicone no corpo de um travesti; e em uma terceira cena há a exibição de travestis fazendo “ponto” em uma avenida, retratando a prostituição à qual estão sujeitos.

A edição “Delírio na Madrugada” apresenta o transformista Laura de Vison – nome artístico de Norberto Chucre David – seminua, protagonizando um “show” em que interpreta algumas personagens conhecidas no cenário artístico brasileiro, como a cantora e animadora ‘Xuxa’ Meneghel. Nesta interpretação, Laura distribui pirulitos para a plateia presente com o seio exposto; no decorrer da apresentação, o transformista despe-se completamente.

Dessa forma, Marcondes Filhos (1988) assevera que na televisão quem impõe a censura a esses comportamentos, nem sempre é o Estado, mas sim a moral interna, manifestada nas posições políticas da direção, das crenças religiosas e culturais da empresa, além da suscetibilidade dos políticos e demais membros que façam parte do círculo de proprietários da rede de televisão também influenciam na posição discursivo-ideológica do produto jornalístico.

Ainda para Marcondes Filho (1988, p. 97), o erotismo na televisão pode ser caracterizado de duas formas: Uma: a exibição de pessoas que fazem movimentos relacionados diretamente ao erotismo, através de dança, quando desfilam seminuas ou em poses provocantes; a outra: quando há a sexualização direta dos objetos e de algumas partes do corpo, simbolizando a sexualidade em seus atos. Isso envolve lábios, mãos, pernas, entre outras partes do corpo humano.

Responsável pela produção de parte do conteúdo transmitido pelos meios de comunicação, o jornalismo detém um papel importante junto à sociedade e aos poderes públicos, uma vez que é tido por alguns como o quarto poder.

4 JORNALISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS

Presente no imaginário de muitos receptores que acompanham as notícias do dia a dia, o jornalismo caracteriza-se, à primeira vista, como responsável por apontar o novo, (re)tratar fatos que ocasionam uma ruptura no comum e natural. Entretanto, o jornalismo vai muito além desta consideração. Talvez o pensamento do receptor seja esse por conta da hipotética credibilidade que o jornalista transmite ao noticiar algo através do veículo de comunicação para o qual trabalha, seja ele o rádio, televisão, internet ou impresso. Na maioria dos textos jornalísticos, faz-se uso de técnicas como o *lead*⁴⁶ e a pirâmide invertida⁴⁷, que acabam, de certa forma, ‘mecanizando’ o fazer noticioso por meio de conteúdos produzidos sob a diretriz ideológica da empresa jornalística com o pretexto de ser o suficiente para o leitor.

O jornalismo reivindica que é *objectivo* porque é registro de *factos* verificados e apresentados de forma neutra, separados de comentário. O inquérito mínimo para a notícia (*quem, o quê, onde, quando*) e a regra da “pirâmide invertida” definem o essencial da informação condensado no lead, seguindo-se os detalhes e explicação. A própria ideia de um “essencial” e de um “acessório” transforma-se, assim, num “saber prático” que alimenta a ideologia de que a “notícia breve” informa com suficiência o leitor. (PONTE, 2005, p. 45).

Marcondes Filho (2008, p. 59) traz uma interessante definição de jornalismo: “Fazer jornalismo é uma forma de se realizar aquilo que se convencionou chamar de *comunicação de massa*”. ‘Consumido’ pelas pessoas diariamente, a atividade conquistou grande representatividade na sociedade, chegando, inclusive, a ser considerada por alguns como o quarto poder, principalmente por denunciar irregularidades presentes no cotidiano das pessoas e de instituições públicas e privadas.

4.1 A REPRESENTATIVIDADE DO JORNALISMO: QUARTO PODER?

Se em sua essência o jornalismo deveria informar o receptor, na esfera do real ele deveria – tão somente – exercer o papel de informante e denunciante de hibridezes, muito por conta de sua representatividade. Partindo deste raciocínio, o jornalismo poderia exercer uma

⁴⁶ Na introdução da notícia, logo no início do parágrafo, devem ser respondidas as perguntas: quem, como, quando, o quê, por quê e onde, a fim de adequar as principais informações do fato logo ao início do texto.

⁴⁷ Técnica em que as principais informações da notícia são trazidas para o início do texto; assim, o texto deverá respeitar a ordem hierárquica de informações mais importantes (ao início) para as menos importantes (ao final).

espécie de Quarto Poder⁴⁸ na sociedade, após o Legislativo, Executivo e Judiciário. Segundo Boorstein (1971, p. 124 apud TRAQUINA, 2005, p. 46) o termo ‘Quarto Poder’ foi originado em momentos históricos distintos: no século XIX, este poder da imprensa havia sido trazido por McCaulay, um deputado do Parlamento Inglês, que apontou para a galeria onde estavam os jornalistas e os apelidou de “Quarto Poder”.

Traquina (2005) coloca que o novo “Quarto Poder” encontrou legitimidade para tal representatividade junto ao público nas teorias democráticas, e assevera que:

Os jornais eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania insensível. Portanto, a legitimidade jornalística está na teoria democrática e, segundo os seus teóricos, assenta claramente numa postura de desconfiança (em relação ao poder) e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder. (TRAQUINA, 2005, p. 47).

Sobre a teoria democrática e sua ligação com jornalismo, Traquina (2005, p. 50) apresenta duas premissas ambivalentes apontadas pela teoria:

1) com a liberdade “negativa”, vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais abusos dos governantes; 2) com a liberdade “positiva”, fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística.

Todavia, com o passar dos anos a teoria democrática manteve laços insólitos com o jornalismo, uma vez que os interesses e ideologias das empresas jornalísticas têm prevalecido em detrimento às asserções da teoria democrática. Prova disto é a colocação que Traquina faz sobre o papel do jornalista na atividade profissional de hoje: “As funções de gestão, editoriais e de reportagem foram diferenciadas à medida que os repórteres eram empregados para não fazer mais nada a não ser recolher e escrever notícias”. (SCHUDSON, 1983, p. 9 apud TRAQUINA, 2005, p. 56).

Na ideia da mídia como “Quarto Poder”, à primeira vista há uma caracterização da máquina midiática com um poder tal que transcende as outras três instâncias de poder citadas acima. Assim, para buscar essa caracterização, faz-se necessário entendermos como a mídia entende a opinião pública. Para Charaudeau (2012), esta é uma tarefa difícil de ser realizada pois:

⁴⁸ Na esteira desse pensamento do Quarto Poder, o Documento Especial – Televisão Verdade pode ser considerado como um representante deste conceito, já que trazia à tona as denúncias de crimes que ficaram impunes, como ocorrido na já mencionada edição “O país da impunidade”.

Ela quase sempre é tratada como uma entidade mais ou menos homogênea, quando resulta de um entrecruzamento entre conhecimentos e crenças de um lado, opiniões e apreciações de outro. Os casos de corrupção, os problemas de sociedade (o véu islâmico), as grandes questões internacionais (as catástrofes, as guerras) são tratados pela imprensa, pelo rádio e pela televisão utilizando-se, em graus variáveis, de hipóteses (não necessariamente conscientes) ora sobre as possíveis opiniões e argumentos que circulam numa sociedade a respeito desses temas, ora sobre os imaginários relativos a apreciações e crenças, como, por exemplo, os sentimentos de generosidade, de justiça e de honestidade. (CHARAUDEAU, 2012, p. 123).

Assim, esse “Quarto Poder” exercido pela mídia chega imbuído de outros sentidos e significados, com propósitos definidos previamente quando da produção e veiculação do conteúdo midiático, algo que leva a uma reflexão cética sobre esse conceito de “Quarto Poder” exercido pela mídia. Isso porque para Charaudeau:

[...] os procedimentos de bloqueio destinados a convencer a opinião pública – e também a si mesmas – da autenticidade da informação midiática: citações recíprocas (o rádio citando a imprensa, a imprensa a televisão, e esta, a imprensa), pesquisas e sondagens periódicas sobre as relações mídias-opinião pública; [...] enfim, bloqueio por uma seleção expressa de logocratas, que confirmam a legitimidade das mídias pelo simples fato de aceitarem desempenhar o papel de especialistas, e, ao mesmo tempo, se submeterem às condições de discurso que lhes são impostas. (CHARAUDEAU, 2012, p. 259).

Se a atividade jornalística deveria responder às perguntas implícitas no *lead* e transcorrer o texto conforme o observado pelo repórter, também pode(ria) ter como objetivo trazer a informação em sua “essência”, sem nenhum tipo de trato ‘a mais’ da mesma. Contudo, contrapondo o conceito de Quarto Poder e da ideia fundamental da teoria democrática, o jornalismo pode sofrer manipulações em seu conteúdo, com propósitos que vão além de uma percepção superficial das notícias quando analisadas a olho nu.

4.2 PADRÕES DE MANIPULAÇÃO

Ao contrário da credibilidade transmitida por alguns jornalistas trajando vestes impecáveis, aparências quase perfeitas e retóricas com grande poder de convencimento, alguns veículos de jornalismo parecem trazer consigo alguns formatos manipuladores implícitos em seu discurso.

Por contrário, Marcondes Filho indica que não há manipulação, ou se há, é porque todos aderem a ela de certa forma:

Manipular é contar as coisas à sua maneira: quando eu vou contar a briga que tive com minha mulher, descrevo os fatos da minha perspectiva, da maneira como eu a observo, naturalmente, sempre justificando minha atitude e minhas opiniões. Quando ela relata o mesmo fato, ela o faz virando a coisa para seu lado, dizendo como eu estou errado e como a perspectiva dela é a mais correta. Não existe nenhum que seja correto, se bem que alguém de fora, não envolvido comigo nem com ela, fará um terceiro julgamento, igualmente pessoal, distinto dos nossos, apenas menos *viciado*. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 65).

Em sua tese sobre o olhar “viciado”, Marcondes Filho denota uma tênue e mínima linha que difere o fazer manipulação do distorcer a conjuntura da realidade, explicada por ele como estratégia para omitir algo e maximizar outro em prol da ideologia da empresa jornalística:

[...] existem jornais e jornalistas que reforçam nas tintas, carregam em lados que consideram negativos, deturpam, distorcem, mutilam fatos para fazê-los mais se parecerem com suas posições pessoais, com seus preconceitos, com sua visão passional. Os que trabalham em empresas de comunicação de massa – jornais, emissoras de rádio, estações de TV, *sites* e portais da internet, empresas de publicidade, de *marketing*, de relações públicas etc. – buscam, por motivos variados, destacar algumas coisas e ignorar outras, atacar aquilo que acham incorreto e defender suas próprias posições. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 65).

Nesse sentido, questionam-se algumas informações sob um prisma que abrange a veracidade delas, se realmente correspondem à realidade ou não, tratando-as, de fato, como manipulação.

O principal efeito dessa manipulação é que os órgãos de imprensa não refletem a realidade. A maior parte do material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas essa relação é indireta. É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. (ABRAMO, 2003, p. 23).

Patrick Charaudeau (2012) traz um ponto de vista distinto com relação à manipulação. Para ele, por mais que esta manipulação exista e não seja proposital, a própria mídia acaba se tornando vítima desse jogo:

Não se pode dizer que os primeiros (as mídias) tenham a vontade de enganar os demais (os cidadãos), nem que estes engulam todas as informações que lhes são dadas sem nenhum espírito crítico. A coisa é bem mais sutil, e diremos, para encurtar, que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se automanipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulações de instâncias exteriores. (CHARAUDEAU, 2012, p. 252).

Ainda segundo Charaudeau (2012), a mídia também parece ser limitada e vulnerável à manipulação por conta de dois tipos de pressão a que está sujeita:

a. Pressão externa: que envolve a busca desenfreada pelos assuntos atuais, o poder político, que denota uma guerra simbólica entre políticos e mídia, na qual nenhum lado é sincero, colocando em xeque os discursos levados a público e a lógica comercial, que indica a influência da lógica capitalista no veículo de informação, através do patrocínio das marcas que mantém o veículo e assim ganham espaço;

b. Pressão interna: internamente, as mídias estarão sujeitas à automanipulação por conta de suas próprias representações. Se a emoção ganha mais espaço do que a razão no jornalismo, por outro há uma tentativa de mostrar-se neutra nas representações a respeito de seu próprio engajamento, o que lhes confere autoridade no discurso colocado.

Nesse jogo da informação, algumas estratégias são utilizadas para inserir a manipulação em alguns conteúdos jornalísticos. Abramo (2003) versa acerca dessas estratégias e as tipifica:

1. *Padrão de ocultação* – Neste primeiro “padrão de manipulação”, o autor apresenta o critério que diz respeito à ausência e presença dos fatos reais na produção do conteúdo jornalístico. Para Abramo (2003, p. 25-26), “não se trata, evidentemente, de fruto do desconhecimento, e nem mesmo de mera omissão do real. É, ao contrário, um deliberado silêncio militante sobre determinados fatos da realidade”. Há também uma explanação sobre *fatos jornalísticos* e *fatos não-jornalísticos*, tidos conforme os interesses dos empregados e empresários de órgãos de comunicação. Portanto, será submetido à publicação somente aqueles que forem considerados *fatos jornalísticos* – que estarão, subjetivamente, intrínsecos aos seus critérios.

Ora, o mundo real não se divide em fatos jornalísticos e não-jornalísticos, pela primária razão de que as características jornalísticas, quaisquer que elas sejam, não residem no objeto de observação, e sim no sujeito observador e na relação que este estabelece com aquele. O “jornalístico” não é uma característica intrínseca do real em si, mas da relação que o jornalista, ou melhor, o órgão do jornalismo, a imprensa, decide estabelecer com a realidade. (ABRAMO, 2003, p. 26).

Desta feita, os fatos relacionados como *não-jornalísticos* jamais chegarão ao conhecimento da sociedade, independente da importância que eles tenham para a população em geral, pois não foram aprovados na pré-seleção protagonizada pelos responsáveis da empresa jornalística a partir de seus interesses e critérios de noticiabilidade.

2. *Padrão de fragmentação* – Superada a filtragem que irá definir um fato como passível de ser *jornalístico*, agora ele será noticiado de forma fragmentada, desconstruída do conjunto a qual teve origem. Em outras palavras,

Eliminados os fatos definidos como *não-jornalísticos*, o “resto” da realidade é apresentado pela imprensa ao leitor não como uma realidade, com suas estruturas e interconexões, sua dinâmica e seus movimentos e processos próprios, suas causas, suas condições e suas consequências. O todo real é estilhaçado, despedaçado, fragmentado em milhões de minúsculos fatos particularizados, na maior parte dos casos desconectados entre si, despojados de seus vínculos com o geral, desligados de seus antecedentes e de seus consequentes no processo em que ocorrem, ou reconectados e revinculados de forma arbitrária e que não corresponde aos vínculos reais, mas a outros ficcionais e artificialmente inventados. (ABRAMO, 2003, p. 27).

O padrão de manipulação de fragmentação pode ser subdividido em duas operações: a *seleção de aspectos do fato* e a *descontextualização*, a saber:

Na *seleção de aspectos* é feita uma nova seleção do fato – já aprovado como *fato jornalístico* – onde ele será dividido em partículas ou aspectos, a fim de que sejam escolhidos para publicação ou não. Assim como na seleção descrita no *padrão de ocultação*, o responsável pela escolha da publicação irá se basear em critérios inerentes à linha editorial, projeto do órgão de imprensa ou fatores relacionados, e não na natureza que denota a importância deste fato.

Já na *descontextualização*⁴⁹ – consequência da *seleção de aspectos* –, o fragmento do fato, já descaracterizado de seu contexto original, perderá seu significado. Em se tratando de um fato de natureza violenta, por exemplo, não será mostrado qual o contexto que originou tal violência, mas tão somente o fato em si: um assassinato, um assalto etc.

⁴⁹ O tema tratado na edição *Perdidas na noite*, do Documento Especial – Televisão Verdade, possivelmente tenha passado por tais seleções, pois apresenta trechos do cotidiano dos travestis e a dificuldade que eles têm em questões como emprego, segurança e respeito da sociedade, mas não apresenta uma análise contextual da situação a que eles estão submetidos em sua rotina, pois há apenas depoimentos dos travestis que afirmaram não conseguirem trabalho em outros lugares que não seja nas ruas; assim, talvez falte um enfoque maior na rotina deles e nos fatores que subjazem o porquê da vida que levam, que podem estar ligados a questões traumáticas da infância, estrutura familiar etc.

3. *Padrão da inversão* – Com o fato já fragmentado em inúmeras partículas desconexas e descontextualizado, agora será a vez de invertê-lo em sua ordem hierárquica de importância e destruí-lo do conjunto em que teve origem. Há várias formas de inversão:

3.1 *Inversão da relevância dos aspectos*: Aqui há uma inversão hierárquica da importância do fato, assim o secundário pode ser apresentado como principal e vice-versa; 3.2 *Inversão da forma pelo conteúdo*: Tal padrão ocorre quando há importância maior no texto jornalístico do que o conteúdo reproduzido por ele. Abramo (2003, p. 29) coloca que “a palavra, a frase no lugar da informação; o tempo e o espaço da matéria predominando sobre a clareza da explicação; [...] o ficcional espetaculoso sobre a realidade”; 3.3 *Inversão da versão pelo fato*: Nesta inversão, o fato em si perde importância, já que a versão deste fato é que tornar-se-á crucial, independente de assim ser colocado pelo profissional da imprensa ou pelo relatos colhidos acerca dele.

O órgão de imprensa praticamente renuncia a observar e expor os fatos mais triviais do mundo natural ou social e prefere, em lugar dessa simples operação, apresentar as declarações, suas ou alheias, sobre esses fatos. Frequentemente, sustenta as versões mesmo quando os fatos se contradizem. Muitas vezes, prefere engendrar versões e explicações opináticas cada vez mais complicadas e nebulosas a render-se à evidência dos fatos. Tudo se passa como se o órgão de imprensa agisse sob o domínio de um princípio que dissesse: se o fato não corresponde à minha versão, deve haver algo errado com o fato. (ABRAMO, 2003, p. 29).

3.4 *Inversão da opinião pela informação*: Esta inversão aparece cada vez mais nos noticiários exibidos todos os dias: há o uso da opinião em detrimento à própria informação. Não há o uso da opinião como acréscimo da informação, mas sim a opinião no lugar da informação⁵⁰.

Essa particular inversão de opinião sobre a informação pode às vezes assumir caráter tão abusivo e absoluto que passa a substituir a realidade real até aos olhos do próprio órgão de informação. Não é incomum perceber que às vezes os responsáveis pelos órgãos cometem erros – aí, sim, involuntários – porque passaram a acreditar integralmente nas matérias do próprio órgão, sem perceber que elas não correspondem à realidade. (ABRAMO, 2003, p. 32).

4. *Padrão de indução* – Neste padrão de manipulação, o mundo é (re)tratado conforme a mídia deseja para o receptor. Ela pode se dar pelo reordenamento ou reorganização dos

⁵⁰ Tal exemplo de inversão pode ser notado no “Jornal da Globo”, exibido nas noites de segunda à sexta na TV Globo. No jornal, alguns fatos são tratados pelo comentarista Arnaldo Jabor, que opina diretamente sobre estes acontecimentos e (im)põe seu ponto de vista.

fragmentos de realidade desfeitos anteriormente, com o propósito de criar uma imagem possivelmente paralela do mundo para o espectador. Abramo (2003, p. 34) define que: “O padrão de indução é, assim, o resultado e ao mesmo tempo o impulso final da articulação combinada de outros padrões de manipulação dos vários órgãos de comunicação com os quais ele tem contato”.

5. *Padrão global ou o padrão específico do jornalismo de televisão e rádio* – Além dos quatro padrões apresentados anteriormente, o jornalismo televisivo e radiofônico também conta com mais um padrão que lhe é peculiar. Este *padrão global* pode ser dividido em:

a) O Primeiro Momento: Momento da *exposição do fato*. Neste primeiro momento, o fato ganhará um teor menos racional e mais emocional, apelando para imagens ‘fortes’, sons chamativos e textos carregados de efeitos de sentido.

b) O Segundo Momento: A voz dada à sociedade. Neste segundo ato, a população participa ativamente do fato, contribuindo com relatos, testemunhos, reclamações, dores ou alegrias.

c) O Terceiro Momento: Neste terceiro ato, há o espaço para a autoridade, que representada por policiais, bombeiros etc, traz o discurso de reprimir o mal e enaltecer o bem em prol da população.

Tais padrões de manipulação podem ser vistos em telejornais diários, que, quando analisados, trazem consigo um vasto conteúdo subjetivo, até porque, acreditamos que a objetividade não nega a subjetividade.

4.2.1 Objetividade e subjetividade no jornalismo

Analisar a objetividade no jornalismo implica trazer suas premissas básicas: na atividade jornalística, entende-se que o fazer jornalismo deve ser honesto, neutro e imparcial. Este, talvez, seja o lema de várias empresas e produtos jornalísticos. Porém, analisando o que aí está, será que essas diretrizes da objetividade são seguidas de fato? Abramo (2003) situa que os termos que compõem a objetividade estão relacionados ao agir, ao fazer, referindo-se a características inerentes ao moralismo. Nessa análise, é preciso ressaltar a ideia de que o jornalismo não é imparcial e nem deveria ser, pois é necessário, por exemplo, tomar um determinado ponto para iniciar um relato, o que já encerraria essa total imparcialidade.

[...] é desejável, para um jornalista, para um órgão de comunicação, uma postura de *neutralidade, imparcialidade ou isenção*, no lugar de seu contrário, isto é, a tomada de posição? Na medida em que o jornalismo tem de tratar do mundo real, “natural” ou “histórico”, e que esse mundo real é repleto de contradições reais, de conflitos, de antagonismos e de lutas, o que significa realmente *ser neutro, imparcial ou isento*? “Neutro” a favor de quem, num conflito de classes? “Imparcial” contra quem, distante de uma greve, da votação de uma Constituição? “Isento” para que lado, num desastre atômico ou num escândalo administrativo? (ABRAMO, 2003, p. 38).

Portanto, o jornalismo deve ser parcial para relatar fatos e deve fazer uso de seus editoriais, colunas e artigos de opinião para formar uma opinião acerca de determinado assunto. No que tange à subjetividade, há uma fronteira mínima entre ela e a objetividade, havendo elementos de uma na outra; dificilmente haverá uma total objetividade ou uma total subjetividade. Destarte, o jornalismo pode se embrenhar na objetividade e tentar chegar a ela sempre que possível; para que isso seja concretizado, é preciso que haja a definição clara de ambas:

O reino da *objetividade* é a informação, a notícia, a cobertura, a reportagem, a análise, assim como o reino da *tomada de posição* era a opinião, o comentário, o artigo, o editorial. É fundamental separar e distinguir informação de opinião, indicar as diferenças de conteúdo e forma dos gêneros jornalísticos, e apresentar toda a produção jornalística ao leitor/telespectador de forma que ele perceba imediatamente o que é exposição da realidade e o que é ajuizamento de valor. (ABRAMO, 2003, p. 41).

Todos estes padrões de manipulação colocados acima, bem como o uso da objetividade e subjetividade, fazem parte de estratégias que criam a ‘realidade’ no jornalismo. Desta forma, o conteúdo produzido e transmitido pelas empresas jornalísticas, independente de sua natureza, buscam criar uma realidade própria, que poderá ser interpretada pela audiência como uma realidade absoluta.

4.3 A CONSTRUÇÃO DA REALIDADE NO JORNALISMO

Utilizando os recursos de manipulação, o jornalismo busca construir uma realidade própria calcada nos ideais da empresa jornalística. Tal atitude da mídia pode impor, talvez implicitamente, a ideologia do veículo jornalístico. Assim, podemos considerar que o

conteúdo produzido e transmitido é apenas um traço da realidade, que conterà resquícios de realidade misturados a elementos criados pela manipulação:

O principal efeito dessa manipulação é que os órgãos de imprensa não refletem a realidade. A maior parte do material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas essa relação é indireta. É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. Tudo se passa como se a imprensa se referisse à realidade apenas para apresentar *outra realidade*, irreal, que é a contrafação da realidade real. É uma realidade *artificial, não-real, irreal*, criada e desenvolvida pela imprensa e apresentada *no lugar* da realidade real. A relação entre a imprensa e a realidade é parecida com aquela entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é objeto como também não é a sua imagem; é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real. (ABRAMO, 2003, p. 23-24).

Ponte (2005) traz à baila alguns pontos que fazem parte da estratégia dos jornalistas nesse processo de construção da realidade:

1) a *reflexividade* da cultura jornalística nas formas como dá como adquiridas e como incorpora práticas profissionais; 2) o *recorte e enquadramento* de *actividades* e experiências do mundo que têm em conta critérios de noticiabilidade e da sua representação relativamente estável; 3) a *reificação* na forma como constroem e apresentam esses recortes do mundo. (TUCHMAN, 1978, p. 210 apud PONTE, 2005, p. 151).

Logo, os conteúdos jornalísticos, imbuídos destes métodos, muitas vezes buscam atuar para a manutenção do *status quo*, a fim de que a ordem atual instaurada seja mantida sem questionamentos ou reivindicações da população em geral. Para Ponte (2005, p. 151-152), “Estes processos conferem uma dimensão política às notícias, que se traduz na ofuscação da realidade social em vez da sua revelação, na confirmação da legitimidade do Estado e no apoio a um capitalismo corporativo”.

Assim, a realidade observada em textos jornalísticos pode projetar uma imagem que, se analisada mais amplamente, destoará o conteúdo dos textos do objeto às quais se referem:

[...] o texto jornalístico mantém relações com a realidade, mas constrói jornalisticamente um mundo que o leitor pode confundir como sendo o mundo extra-mental. Na verdade, o jornalismo apresenta aos leitores um tratamento da realidade, mas que pode ser confundido com um retrato do mundo. (SILVA, 2006, p. 15).

É neste *modus-operandi* que a máquina midiática mantém a realidade construída à linha da verdade jornalística, também integrante do discurso midiático, mas como efeito deste.

4.4 VERDADE JORNALÍSTICA

Nos discursos das mídias, a verdade constituída confere relevância ao conteúdo, podendo ser mais facilmente aceito pelo receptor. Para entendermos como essa verdade pode ser composta, consideramos – sob o prisma discursivo – as diferenças entre *valor de verdade* e *efeito de verdade*.

Para Charaudeau (2012), *valor de verdade* é o conceito que coloca a verdade como algo intrínseco à boa oratória e às técnicas de saber dizer e definir paradigmas do mundo, assim construindo uma verdade. Desta forma, a verdade seria cunhada através de um conjunto de técnicas objetivas utilizadas para relatar algo que seja encarado como uma legítima verdade.

Por outro lado e ainda na coxia de Charaudeau (2012), *efeito de verdade* está mais ligado à subjetividade e a convicção do sujeito acerca de determinado assunto ou fato. O *efeito de verdade* tem sua essência ligada à credibilidade de seu conteúdo, pois poderá ser considerado como algo legítimo por seu teor crível.

Deste modo, as mídias fazem uso do *valor de verdade* e do *efeito de verdade* ao sabor de seu destino:

O discurso de informação modula-os segundo as supostas razões pelas quais uma informação é transmitida (por que informar?), segundo os traços psicológicos e sociais daquele que dá a informação (quem informa?) e segundo os meios que o informados aciona para provar sua veracidade (quais são as provas?). (CHARAUDEAU, 2012, p. 50).

Neste contexto, apresentam-se vários tipos de verdades:

Há a verdade dos *atos*, que coloca o problema da autenticidade desses fatos; há a verdade da *origem*, que coloca a questão dos fundamentos do mundo, do homem e dos sistemas de valores; há a verdade dos *atos*, que parece emergir no instante mesmo de sua própria realização. (CHARAUDEAU, 2012, p. 267).

Além destas, há outros dois tipos de verdades inerentes ao espaço social, a saber:

1. Verdade de *opinião*: Para Charaudeau (2012), esta verdade possui duas características básicas: ela encontra embasamento em um sistema de crenças e pode ser

compartilhada pela maioria, o que confere um consenso quase que generalizado para seu valor. Nas entranhas desta verdade, há opiniões *comuns*: a mais compartilhada por trabalhar com enunciados simples de valor geral (por exemplo: “Criminoso tem de ser punido”); opiniões *relativas*: é discutível, mas gera convicção graças a termos modalizados (por exemplo: “Eu acho que é uma ação correta”); e a opinião *coletiva*: na qual há a denotação de um julgamento sobre os outros em uma categoria que os caracteriza (por exemplo: “Brasil é o país do futebol e do samba”).

2. Verdade de *emoção*⁵¹: Esta verdade é aquela que encanta, provoca forte emoção, podendo levar ao pranto do espectador. Ela é baseada na reação emocional que poderá provocar no receptor pelo (re)trato dado a uma notícia que envolva uma tragédia, por exemplo.

Portanto, a verdade exposta pela mídia é algo intrinsecamente relacionado ao subjetivismo:

Pode-se então dizer que os fatos não têm uma verdade em si. É em sua encenação, num certo dispositivo, que surge, diante daquele que é tomado por este mesmo dispositivo, uma verdade subjetiva que tende a objetivar-se num movimento de compartilhamento universal. A verdade de um acontecimento relatado pela televisão é marcada por um paradoxo: o que é visto é interpretado num desejo de autenticidade, pois é necessário que se possa supor que existe realidade e que esta salte diante de nossos olhos de tempos em tempos [...]; mas, ao informar para tentar nos tocar (pela repetição da exibição do acontecimento que tem o efeito paradoxal de desrealizá-lo). (CHARAUDEAU, 2012. P. 269).

Tais estratégias dos veículos de comunicação para atingir essas verdades encontram respaldo no espetáculo midiático, tão difundido na sociedade coeva.

4.5 O ESPETÁCULO MIDIÁTICO

Na busca pela audiência, a mídia faz uso de elementos do espetáculo para atingir bons índices junto aos receptores. O uso destes elementos na exibição de uma tragédia, ainda mais quando estas envolvem mortes, age no emocional dos espectadores para seduzi-los a assistir ao programa através de uma verdade criada:

⁵¹ Tal verdade pode ser encontrada na já mencionada edição “O país da impunidade” do programa estudado, o Documento Especial – Televisão Verdade. Ao longo do programa são exibidas cenas de tragédias ocorridas e que ficaram impunes, com apelo à verdade da emoção em cenas como o Edifício Joelma em chamas e pessoas se jogando para a morte certa além de de um cadáver estendido no meio de uma avenida, no Rio de Janeiro, na qual os carros passavam sem atentar-se ao corpo sem vida.

Diante do espetáculo de uma catástrofe, a vista das vítimas produz efeitos de verdade emocional diversos, dependendo do que seja o telespectador: parente das vítimas ou estranho a elas. Ele pode sentir compaixão pelas vítimas, por já ter vivido uma situação semelhante; mas pode também sentir em nome de um princípio moral que não aceita nenhuma ação contra vítimas inocentes. (CHARAUDEAU, 2012, p. 268).

Assim, o espetáculo ganha cada vez mais espaço no *newsmaking*. Guy Debord (2005) conceitua o espetáculo como:

[...] a *afirmação* da aparência e a afirmação de toda a vida humana, isto é, social, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do *espetáculo* descobre-o como a *negação* visível da vida; como uma negação da vida que *se tornou visível*. (DEBORD, 2005, p. 11).

São novelas que envolvem por conta da trama, *reality-shows* que prendem a atenção do espectador com as eliminações e o enredo a desenrolar do programa, humorísticos que abusam do conteúdo ‘apelativo’ e tantos outros exemplos que aproximam a audiência destes protagonistas da vida de muitos.

Vai dos debates dos presidenciais nas eleições passadas à trepada da feiosa Cicarelli em praias d’além mar de Espanha. E passa pelo técnico Emerson Leão (do Corinthians), pelo Freud Godoy, pela Juliana Paes (a “boa” da cerveja Antarctica), flagrada sem calcinha por um fotógrafo, pela Bruna Surfistinha, que colocou em livro as suas estripulias sexuais e sua prostituição nada discreta... O espaço é pequeno pra fazer uma lista completa. Diante do televisor ou de um monitor de computador (que, aliás, são dispositivos muito semelhantes), o cidadão vive a vida dos seus mocinhos e dos seus vilões. (MARIBONDO, 2010, p. 1).

Acreditamos, assim, que o conteúdo do espetáculo gera conforto tal na sociedade que ele se torna algo positivo e muitas vezes indiscutível:

O *espetáculo* apresenta-se como uma enorme positividade indiscutível e inacessível. Ele nada mais diz senão que “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que ele exige por princípio é esta aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve pela sua maneira de aparecer sem réplica, pelo seu monopólio da aparência. (DEBORD, 2005, p. 12).

O programa estudado, Documento Especial – Televisão Verdade, fez uso dos elementos do espetáculo midiático em suas várias de suas edições, trazendo à tona em seus anos de exibição, cenas de mortos, nudez, sexo, linguagem vulgar e temas popularescos praticamente esquecidos em outros programas de gênero semelhante. Ao dar espaço às vozes ‘sem espaço’, o programa se aproxima mais da realidade objetiva, recortada a partir de vários olhares e perspectivas, oferecendo ao telespectador a possibilidade de conhecer aquilo que estava relegado ao apagamento discursivo em outros meios e suportes de informação.

É na análise discursiva que buscaremos, através de conceitos como interdiscurso, polissemia, formação discursiva, dito, não dito e polifonia, nos aproximar da realidade construída pelo programa através de um ethos prévio pelo próprio analista e de acordo com seus interesses de pesquisa.

5 ANÁLISE DE DISCURSO: TEORIA E METODOLOGIA

Na parte metodológica deste trabalho, utilizaremos a AD⁵² como procedimento para analisarmos a ideologia e os efeitos de sentido do conteúdo discursivo extraído de algumas edições pré-selecionadas do Documento Especial – Televisão Verdade, trabalhando com alguns dispositivos que auxiliarão em tal análise. Para isso, iremos nos ancorar nos autores Eni Orlandi e Patrick Charaudeau.

5.1 O DISCURSO

Um conteúdo textual denota uma interação linguística entre os interlocutores de uma determinada situação retratada pelo texto; já o discurso será aquele que irá determinar a posição do interlocutor que escreveu o texto inicialmente. Portanto, é possível afirmar que o discurso é o complemento de um texto, já que nele é possível entender qual é a posição de quem produziu este conteúdo textual.

Orlandi (2012, p. 17) citando Pêcheux (1975) coloca que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido”. Assim, para Orlandi (2012., p. 17): “[...] discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos”.

5.1.2 Analisando o discurso

A Análise de Discurso buscará entender o sentido discursivo, uma vez que para ela não há um simples processo de comunicação realizado entre emissor e receptor na qual a mensagem é transmitida comumente:

⁵² Doravante, utilizaremos a sigla AD para nos referirmos à Análise de Discurso.

Para a Análise de Discurso, não se trata apenas de transmissão de informação, nem há essa linearidade na disposição dos elementos da comunicação, como se a mensagem resultasse de um processo assim serializado: alguém fala, refere alguma coisa, baseando-se em um código, e o receptor capta a mensagem, decodificando-a. Na realidade, a língua não é só um código entre outros, não há essa separação entre emissor e receptor, nem tampouco eles atuam numa sequência em que primeiro um fala e depois o outro decodifica etc. Eles estão realizando ao mesmo tempo o processo de significação e não estão separados de forma estanque. (ORLANDI, 2012, p. 21).

Nesse processo de referir-se a que os interlocutores estão submetidos, analisá-los vai além da compreensão do processo comunicativo entre emissor e receptor, por meio da mensagem. É preciso entender como um objeto simbólico – que pode ser um enunciado, uma música, uma pintura etc. – lança sentidos e deixa outros apensos. Dessa forma, será possível compreender o que vai além da mensagem colocada pela língua, e aí é que a AD será fundamental, uma vez que ela “visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos” (ORLANDI, 2012, p. 26).

Na AD, a língua é tratada como um acontecimento para a interpretação dos sentidos de um discurso.

5.2 A ANÁLISE DA LÍNGUA(GEM) COMO ACONTECIMENTO

Nos estudos da AD, a língua não é entendida como uma simples estrutura, mas sim como um acontecimento, assim como também não há uma separação entre forma e conteúdo discursivo. Deste modo, para a AD:

- a. a língua tem sua ordem própria mas só é relativamente autônoma (distinguindo-se da Linguística, ela reintroduz a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem);
- b. a história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos);
- c. o sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. (ORLANDI, 2012, p. 19-20).

A AD diferencia-se dos demais estudos de linguagem por buscar entender os sentidos presentes em um texto de um determinado sujeito. Ela não se restringe à interpretação, pois

buscará compreender como se dão os gestos de interpretação e sua interferência para o sentido:

A Análise do Discurso visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real do sentido. A Análise do Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação. (ORLANDI, 2012, p. 26).

De tal modo, é preciso verificar quais são as condições de produção para que a análise possa ser feita e as mensagens interpretadas.

5.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Como componentes fulcrais das condições de produção, podemos considerar os sujeitos e a situação, além da memória, pois a maneira como a memória irá recorrer às condições de produção é fundamental para o discurso.

Podemos considerar as condições de produção em sentido estrito e temos as circunstâncias da enunciação: é o contexto imediato. E se as considerarmos em sentido amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico, ideológico. (ORLANDI, 2012, p. 30).

Assim, na análise de uma situação na qual há uma faixa colocada em um auditório durante uma assembleia sindical, por exemplo, o contexto imediato será o auditório onde consta a faixa, os sujeitos que a assinam (representantes do sindicato), a mensagem que ela traz e o fato de ter sido escrito em uma faixa. O contexto amplo envolverá aquilo que será considerado para o efeito de sentido da mensagem: a Instituição (o sindicato), como ela elege seus representantes e como organiza o poder hierarquicamente. Por fim, é preciso notar a produção de acontecimentos que influirão na maneira como sua organização afetará o imaginário dos sujeitos: a disposição das cores, que, se for vermelha, pode indicar um posicionamento de esquerda, ao comunismo, por exemplo. Nesse ponto é que a memória será fundamental para o entendimento dos efeitos de sentido no ventre de determinadas condições de produção – contexto micro e macro.

5.3.1 O interdiscurso

Nessa referência que a memória faz a algum detalhe notado na mensagem – como no caso da cor vermelha ser relacionada à esquerda no exemplo citado acima –, no discurso, dá-se o nome de interdiscurso:

Esse (o interdiscurso) é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pre-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. (ORLANDI, 2012, p. 31).

Destarte, é graças ao interdiscurso que os elementos trazidos na faixa colocada no sindicato ganharão significação no imaginário daqueles que tiverem contato com ela. Ou seja, tudo que já foi colocado sobre eleições em assembleias, sindicatos e dirigentes sindicais estão significando ali. Até mesmo as experiências passadas de dirigentes sindicais, da luta destes pelos direitos da categoria representada pela entidade, causarão um efeito de sentido para aqueles que terão acesso aos dizeres da faixa. Isso se dará, justamente, por tudo que já passou pelo imaginário dos sujeitos, já que:

O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isso é efeito do interdiscurso é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que, passando para o “anonimato”, possa fazer sentido em “minhas” palavras. (ORLANDI, 2012, p. 33-34).

Além da determinação sobre tudo que já ocorreu e que define nosso discurso, polissemia e paráfrase também são dois elementos linguísticos indispensáveis na análise discursiva.

5.4 POLISSEMIA E PARÁFRASE

Pensando na ideia de que é muito difícil sair da tênue linha entre o mesmo e o diferente no discurso, dois elementos acabam vindo à tona nesse processo: a polissemia e a paráfrase. Polissemia⁵³ diz respeito aos vários significados que uma mesma palavra pode ter, dependendo do contexto em que ela está inserida. Já a paráfrase indica a manutenção da

⁵³ Por exemplo: ‘A manga da minha camisa é curta’: manga, aqui, refere-se a uma parte do tecido da camisa; ‘Suba na árvore e pegue aquela manga’: neste outro exemplo, a palavra manga faz menção à fruta manga. Ou seja, a mesma palavra traz dois significados distintos na língua portuguesa.

mesma mensagem originalmente colocada, mas com outras palavras de um novo autor. Orlandi (2012, p. 36) coloca que: “A paráfrase representa, assim, o retorno aos mesmos espaços do dizer. Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado”.

Desta forma, através da paráfrase e da polissemia é que a análise discursiva irá discernir o sentido simbólico do sentido político:

Esse jogo entre paráfrase e polissemia atesta o confronto entre o simbólico e o político. Todo dizer é ideologicamente marcado. É na língua que a ideologia se materializa. Nas palavras do sujeito. [...] o discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia. (ORLANDI, 2012, p. 38).

Portanto, é no jogo de paráfrase e polissemia que a AD distinguirá criatividade e produtividade:

A “criação” em sua dimensão técnica é produtividade, reiteração de processos já cristalizados. Regida pelo processo parafrástico, a produtividade mantém o homem num retorno constante ao mesmo espaço dizível: produz a variedade do mesmo. Por exemplo, produzimos frases da nossa língua, mesmo as que não conhecemos, as que não havíamos ouvido antes, a partir de um conjunto de regras de um número determinado. Já a criatividade implica na ruptura do processo do processo de produção da linguagem, pelo deslucamento das regras, fazendo intervir o diferente, produzindo movimentos que afetam os sujeitos e os sentidos na sua relação com a história e a língua. Irrompem assim sentidos diferentes. (ORLANDI, 2012, p. 37).

No discurso, as palavras são colocadas de acordo com a ideologia do autor deste discurso, algo conhecido como formação discursiva.

5.5 FORMAÇÃO DISCURSIVA

Se produzimos discursos de acordo com nossas vivências e ideologias, podemos dizer que o sentido em si não existe, mas que ele é determinado por essas posições que colocamos em jogo no processo socio-histórico das palavras. Esta noção de formação discursiva é que permitirá a compreensão do processo de produção de sentidos e dará ao analista a possibilidade de estabelecer parâmetros no funcionamento do discurso.

No que pode e deve ser dito, entendido pela formação discursiva, há dois aspectos a serem frisados, de acordo com Orlandi (2012):

a) O discurso terá um sentido porque aquilo que o sujeito coloca se inscreve em uma formação discursiva e não outra, para ter um determinado sentido e não outro. As palavras não têm um sentido nelas mesmas, pois ganharão este sentido nas formações discursivas em

que se inscrevem. Já a formação discursiva, conforme colocado, representa no discurso as formações ideológicas. Portanto, os sentidos são sempre determinados ideologicamente, sem exceção. Logo, estes sentidos não estão predeterminados por propriedades da língua, pois dependem das relações constituídas nas formações discursivas. A partir daí, chega-se à noção de metáfora, definida por Lacan, (1966) apud (ORLANDI, 2012, p. 44) como a tomada de uma palavra por outra. Ainda segundo Orlandi (2012, p. 44) citando Pêcheux (1975) “o sentido é sempre uma palavra, uma expressão ou uma proposição por uma outra palavra, uma outra expressão ou uma proposição”, e o sentido existe somente nas relações de metáforas nas quais uma formação discursiva é historicamente o lugar mais ou menos provisório.

b) Os diferentes sentidos serão compreendidos na referência à formação discursiva. Por exemplo: palavras iguais terão significados diferentes (polissemia) por conta da formação discursiva distinta. A evidência do sentido, que não passa de um efeito ideológico, bloqueia nossa percepção sobre seu caráter material, pois a evidência (ou identidade) do sujeito apaga o fato de que ela resulta em identificação, já que o sujeito irá se constituir por uma interpelação.

5.5.1 Ideologia do sujeito

Uma das vantagens da AD é poder ressignificar a noção de ideologia com base na consideração da linguagem. Se não há sentido sem interpretação, logo há a presença de ideologia em todo discurso. Essa ideologia é que produzirá evidências e colocará o homem na relação dele com suas condições materiais de existência.

A relação da ordem simbólica com o mundo se faz de tal modo que, para que haja sentido, como dissemos, é preciso que a língua como sistema sintático passível de jogo – de equívoco, sujeita a falhas – se inscreva na história. Essa inscrição dos efeitos linguísticos materiais na história é que é a discursividade. [...] O sentido é assim uma relação determinada do sujeito – afetado pela língua – com a história. (ORLANDI, 2012, p. 47).

Esse ‘papel’ que o sujeito ocupa na relação hierárquica com os demais envolvidos também influirá em seu discurso.

Quando eu falo a partir da posição de “mãe”, por exemplo, o que digo deriva seu sentido, em relação à formação discursiva em que estou inscrevendo minhas palavras, de modo equivalente a outras falas que também o fazem dessa mesma posição. Quando, ao abrir a porta para um filho altas horas da madrugada, a mãe fala “Isso são horas?” ela está, na posição-mãe, falando como as mães falam. Exatamente. Podemos até dizer que não é a mãe falando, é sua posição. Ela aí está sendo dita. E isso a significa. (ORLANDI, 2012, p. 49).

Para Orlandi (2012) os sentidos não têm duração limitada, tanto que fazem efeitos diferentes para interlocutores diferentes.

5.6 O DITO E O NÃO DITO

A partir do momento em que o analista desenvolve seus dispositivos para a análise discursiva, as novas maneiras de ler indicarão que o dizer tem relação com o não dizer, e isto deverá ser aplicado na análise.

O. Ducrot (1972) citado por Orlandi (2012, p. 82) coloca que o não-dizer pode se dar o pressuposto e o subentendido, separando-os por aquilo que deriva da instância da linguagem (pressuposto) do que se dá em contexto (subentendido).

Se digo “Deixei de fumar” o pressuposto é que eu fumava antes, ou seja, não posso dizer que “deixei de fumar” se não fumava antes. O dito (o dito) traz consigo necessariamente esse pressuposto (não dito mas presente). Mas o motivo, por exemplo, fica como subentendido. Pode-se pensar que é porque me fazia mal. Pode ser também que não seja essa a razão. O subentendido depende do contexto. Não pode ser asseverado como necessariamente ligado ao dito. (ORLANDI, 2012, p. 82).

Assim, para a AD, há diversas formas de não-dizer: a noção de interdiscurso, a de ideologia e a de formação discursiva. Ao se afirmar algo no discurso, sempre permanecerá o não-dito, que indicará o oposto. Por exemplo, dizer que a pessoa está “sem sono” caracteriza que ela está “descansada”.

Ainda na AD, o não-dito pode ser trabalho pelo silêncio, que pode representar a “respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, como iminência de sentido”. (ORLANDI, 2012, p. 83). Destarte, o silêncio pode ser dividido em dois formatos:

[...] o silêncio fundador (faz com que o dizer signifique) e o silenciamento ou política do silêncio que, por sua vez, se divide em: silêncio constitutivo, pois uma palavra apaga outras palavras e o silêncio local⁵⁴, que é a censura, aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura. As relações de poder em uma sociedade como a nossa produzem sempre a censura, de tal modo que há sempre silêncio acompanhando as palavras. Daí que, na análise, devemos observar o que não está sendo dito, o que não pode ser dito, etc. (ORLANDI, 2012, p. 83).

Entretanto, o analista deve atentar-se na teoria e na metodologia, a qual não-dizer ele está analisando e os procedimentos adequados para esta análise. Isto é fundamental nas análises de linguagem, pois estão articuladas:

- a. as diferentes concepções de língua (sistema abstrato, material ou empírico; sujeito a falas, um todo perfeito, um sistema fechado em si mesmo);
 - b. diferentes naturezas de exterioridade (contexto, situação empírica, interdiscurso, condições de produção, circunstâncias de enunciação);
 - c. diferentes concepções do não-dito (implícito, silêncio, implicatura etc).
- (ORLANDI, 2012, p. 84)

Nestas análises, também é preciso ressaltar a ideia de polifonia que, convergente ao dialogismo, traz a ideia de que um discurso é construído tendo como base ou inspiração um outro discurso previamente colocado, desde sempre.

5.7 NOÇÕES DE POLIFONIA

Podemos considerar que para a linguística, o termo *polifonia* foi inspirado no princípio de dialogismo trazido pelo filósofo russo Mikhail Bakhtin. Desta forma, a polifonia traz a ideia de que há diversas vozes controversas em um texto – ou discurso. De acordo com as teses de Bakhtin, o conceito de polifonia é caracterizado pela existência de outros textos e discursos na organização interna de um discurso, que agiram como inspiração para suas ideias.

Assim, a polifonia caracterizará um número maior de vozes no discurso, algo que não ocorre na perspectiva dos monofônicos:

⁵⁴ Tal silêncio inexistiu na já comentada edição “O país da impunidade”, por conta das denúncias que o programa trazia. Entretanto, por ter sido censurado pelo SBT, o programa sofreu uma censura da emissora, o impossibilitando de quebrar o silêncio local.

O dialogismo se apresenta no discurso polifônico justamente através das vozes controversas. Por outro lado, o diálogo comparece sozinho no texto monofônico, uma vez que ele sempre aparece sob um véu, do qual apenas se insinua uma voz, enquanto as outras são preservadas na sombra. (SANTANA, 2010).

Nos respaldaremos na Análise de Discurso como campo teórico-metodológico nesta pesquisa para nos aproximarmos da ideologia de um programa inovador – à época – por conta de suas peculiaridades temáticas e discursivas.

6 ASPECTOS HISTÓRICOS DO DOCUMENTO ESPECIAL – TELEVISÃO VERDADE

Com um histórico que denuncia um rápido sucesso em termos de audiência na televisão, o programa jornalístico Documento Especial – Televisão Verdade apareceu pela primeira vez em 1989 e teve sua última edição em 1998, após percorrer um caminho que o levou três redes de televisão.

6.1 A IDEIA DO PROGRAMA: CRIADOR E CRIAÇÃO

Desenvolvido com a ideia de ser uma atração que exibia um lado do Brasil que até então não era apresentado em nenhum outro programa da televisão, o jornalístico Documento Especial – Televisão Verdade explorava temas popularescos e edições que denunciavam supostas corrupções.

6.1.1 O criador: Nelson Hoineff

Nelson Hoineff é jornalista, produtor e diretor de televisão e cinema. Fundou a Associação de Críticos de Cinema do Rio de Janeiro (ACC-RJ), e a Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPITV). É especialista em HDTV, concluindo o mestrado e o doutorado no assunto em Nova York, na New York University e na New School for Social Research. Dirigiu programas jornalísticos para as redes Manchete, SBT, TVE e Bandeirantes, além das redes internacionais Discovery Channel e Discovery Kids. Dentre os programas de televisão que dirigiu, destacam-se “Primeiro Plano” (GNT e Cultura), “Programa de Domingo” (Manchete), “Realidade” (Band) e “Curto-Circuito” (TVE).

Dentre os diversos documentários e filmes que esteve à frente, estão “O Século de Barbosa Lima Sobrinho”, “TV Ano Zero”, “O Filtro da Imprensa” (sobre a modernização da imprensa brasileira a partir do final dos anos 40) e “O Homem Pode Voar,” documentário de longa-metragem sobre a obra de Alberto Santos-Dumont. Também dirigiu o longa-metragem “Alô, Alô, Terezinha!”, sobre a obra de Abelardo “Chacrinha” Barbosa, e “Caro Francis”, sobre a vida de Paulo Francis, um dos mais influentes jornalistas brasileiros do século 20, de quem Hoineff foi um dos amigos mais próximos⁵⁵.

⁵⁵ Fonte: **História do cinema brasileiro**. Disponível em: <<http://www.historiadocinemabrasileiro.com.br/nelson-hoineff/>>. Acesso em: 05 maio 2013.

Hoineff também tem experiência no jornalismo impresso, onde atuou como editor-executivo do Jornal do Brasil. Também passou por grandes veículos, como Veja, O Globo, Folha de S.Paulo, Observatório da Imprensa, atuando em funções como editor, colunista ou articulista. No Jornal do Brasil e no Observatório da Imprensa, Hoineff publicou mais de 200 artigos, discorrendo sobre questões que envolvem a televisão e a mídia em geral. Escreveu livros importantes, como “TV em expansão” e “A nova televisão”, os quais traziam conceitos que seriam incorporados à televisão anos depois.

Hoje, coordena o curso de pós-graduação em cinema na Faculdade de Comunicação Hélio Alonso – Facha, no Rio de Janeiro, e é diretor geral e presidente do IETV (Instituto de Estudos de Televisão), além de dar aulas de Televisão Digital em MBAs da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Universidade Cândido Mendes, ambas no Rio de Janeiro.

6.1.2 A criação: Documento Especial – Televisão Verdade

A premissa do programa criado por Nelson Hoineff, então diretor da TV Manchete⁵⁶, surgiu quando Hoineff teve a chance de criar uma atração a seu gosto. Assim, em entrevista⁵⁷, ele conta que pegou uma folha de papel e começou a escrever tudo aquilo que não gostava na TV Manchete e em outros canais: pessoa feia e pessoa pobre. Desta forma, o programa nasceu com a ideia de apresentar temáticas que eram pautadas por duas premissas básicas: sexo e corrupção, algo que, segundo o criador do programa, não eram mostrados na televisão à época, pois existiam dois Brasis: o que era mostrado na televisão e outro em que existia sexo e corrupção.

O piloto do programa, que tinha a duração de trinta minutos, contava com três reportagens: socorristas da Rodovia Dutra, os chamados Anjos do Asfalto; outra sobre assalto a bancos, algo que ocorria bastante naquele ano de 1988, com o advento do crime organizado; e uma última sobre discos voadores que apareciam em uma cidade do Rio de Janeiro, mas não mencionada na entrevista. Curiosamente, Hoineff esperava ser demitido após a exibição do piloto do programa por conta das reportagens, o que não ocorreu.

⁵⁶ A TV Manchete foi uma emissora de televisão que foi ao ar pela primeira vez em 5 de junho de 1983 e existiu até o ano de 1999, quando foi vendida ao grupo TeleTV, que originaria a RedeTV, por conta de dívidas contraídas ao longo de sua existência.

⁵⁷ Entrevista concedida ao movimento SONHAR TV. Disponível em: <<http://sonhar.tv/categorias/entrevistados/nelson-hoineff/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

6.1.3 O início do programa

O programa estreia em agosto de 1989, em uma quarta-feira, às 23h00, na já endividada TV Manchete. Na primeira edição, atingiu um pico de sete pontos de audiência, contrastando com a média da emissora no horário das quartas-feiras anteriores, que era de um ponto; na segunda semana atingiu oito pontos e na terceira, treze.⁵⁸ Por conta desta audiência elevada, os editores do programa tiveram liberdade para apostar em temas polêmicos, algo que acabou marcando a história da atração. Com o tempo, o programa ganhou 45 minutos de produção e passou a ser monotemático, além passar a ser exibido às 22h40, logo após as novelas de grande sucesso da emissora.

Trazia um formato jornalístico semelhante ao adotado no consagrado Globo Repórter⁵⁹, mas com temas polêmicos e imagens consideradas ‘fortes’ e uma linguagem peculiar investida de efeitos de sentido, o que o diferenciava de outros programas do mesmo gênero e formato. Por conta disto, não é exagero dizer que o Documento Especial – Televisão Verdade seja considerado um marco na televisão brasileira, por sua coragem em investigar e exibir temas relacionados ao sexo, tráfico de drogas, travestis, submundo dos guetos, o invisível social que não ia às telas.

Em maio de 1992, em meio à grave crise que assolava a Manchete, culminando com a sua venda para o Grupo IBF, Hoineff e a equipe do Documento Especial eram contratados pelo SBT⁶⁰, mas sem a liberdade que possuíam na Manchete. Prova disto, foi a “censura” que o programa sofreu logo em sua primeira exibição no canal, quando a edição “O país da impunidade”, já mencionada neste trabalho, não pôde ir ao ar. Ficou no canal até 1995, quando sai por desavenças entre Nelson Hoineff e Sílvio Santos. Voltou ao ar em 1997 pela Rede Bandeirantes⁶¹, onde permanece até 1998, ano em que foi extinto.

⁵⁸ Fonte: **Rede Manchete net.** Disponível em: <<http://redemanchete.net/artigos/artigo.asp?id=89&t=Documento-Especial-Televisao-Verdade>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

⁵⁹ Programa de cunho jornalístico-documentário exibido na TV Globo desde 1973. Fonte: **G1.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-reporter/>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

⁶⁰ Rede de televisão fundada em 19 de agosto de 1981 e pertencente ao empresário Sílvio Santos.

⁶¹ A Rede Bandeirantes foi ao ar pela primeira vez em 13 de maio de 1967 e foi fundada por João Saad. Hoje, é presidida por Johnny Saad, filho do fundador da emissora.

História - Documento Especial

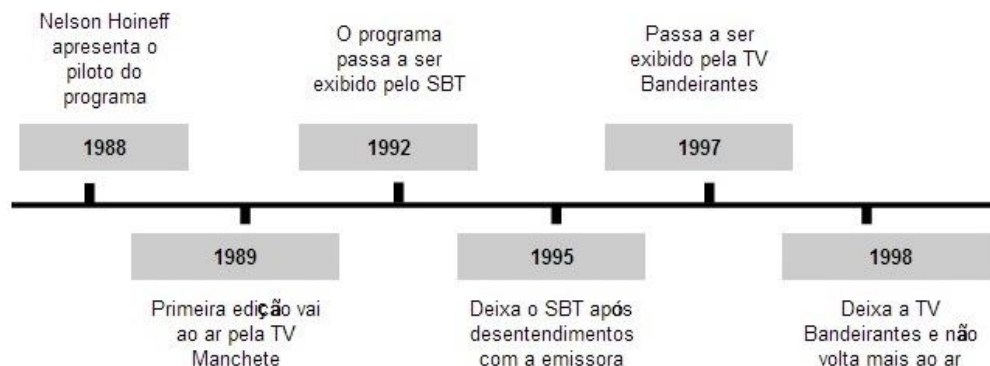


Figura 5 – Linha do tempo do Documento Especial – Televisão Verdade

Fonte: Elaborada pelo autor.

6.2 O APRESENTADOR

Responsável por comandar o Documento Especial – Televisão Verdade durante seus nove anos de duração, o ator e apresentador veterano Roberto Maya tem longa trajetória na televisão brasileira.

Começou sua carreira nas rádio-novelas, nas quais logo se destacou e foi trabalhar no cinema.⁶² Nas telas de cinema estreou em 1961, no filme “Teus Olhos Castanhos”. Na televisão atuou em diversas novelas, com destaque para a novela “Éramos Seis”, de 1977, transmitida pela TV Tupi. Também teve grande participação nos filmes “porno-chanchadas⁶³”, e em outras novelas da TV Globo.

Na TV Manchete, trabalhou na novela “Final Feliz” em 1983, quando foi chamado para apresentar o “Jornal da Manchete”, por lá permanecendo até 1988, quando ingressou no Documento Especial – Televisão Verdade.

⁶² Fonte: **Estranho encontro**. Disponível em: <<http://estranhoencontro.blogspot.com.br/2006/11/biografia-entrevista-roberto-maya.html>>. Acesso em: 05 mar. 2013.

⁶³ Gênero do cinema brasileiro que popularizou-se na década de 70 e apresentava cenas de sexo e nudez. Geralmente, as produções eram filmadas na “boca do lixo”, um lugar marcado pela prostituição e situado na zona central de São Paulo.

6.3 ALGUMAS EDIÇÕES MARCANTES

No período em que esteve na TV Manchete, o programa exibiu edições como “Os pobres vão à praia”, que continha imagens de preconceito explícito e de um homem morto; “Muito feminina”, que fazia uma abordagem à homossexualidade feminina, “Vida de gordo” (a maior audiência conquistada pelo programa, em 1990), “Igreja Universal”, sendo este o primeiro programa a denunciar irregularidades na Igreja Universal.

Já no período em que esteve no SBT, o programa exibiu, dentre outras edições, a “A cultura do ódio”, que gerou processos à equipe do programa por suposta apologia ao nazismo, além de terem sido acusados de apresentar depoimentos forjados de supostos neonazistas e “O país da impunidade”, que fora censurado conforme explicado neste trabalho.

Na Rede Bandeirantes, o programa já apresentava sinais de derrocada uma vez que não apresentou nenhuma reportagem marcante, somente algumas que versavam mais sobre curiosidade, como a edição sobre a festa do “Pau da Bandeira de Santo Antônio”, no Ceará.

Por conta do seu sucesso, o programa recebeu prêmios como o Prêmio Príncipe Rainier, no Monte-Carlo TV Festival, sendo entregue pelo próprio Príncipe Rainier às mãos de Hoineff.

Municiado pelas teorias apresentadas anteriormente e pelo breve histórico do programa, iniciaremos a análise discursiva, a fim de chegar o mais próximo aos efeitos de sentido e ideologias do Documento Especial – Televisão Verdade.

6.4. PROTOCOLO DE ANÁLISE DE DISCURSO DO PROGRAMA DOCUMENTO ESPECIAL – TELEVISÃO VERDADE

No propósito de desenvolver o protocolo que auxiliará na análise discursiva do Documento Especial – Televisão Verdade, trazemos à tona os itens componentes do protocolo teórico-analítico, bem como a definição de cada um deles.

6.5 CONTEXTUALIZAÇÃO/JUSTIFICATIVA

Estudar o conteúdo discursivo do programa Documento Especial – Televisão Verdade confere importância no sentido de mergulhar nos meandros ideológicos e discursivos de um programa que mostrava culturas e personagens que não eram exibidos em outros programas televisivos da época. Com o subtítulo “Televisão Verdade”, entendemos que a atração se

propunha a apresentar temáticas “verdadeiras”, algo que poderemos compreender após analisar as três edições selecionadas do discurso jornalístico dentro de seu contexto macro e micro, e do auxílio dos conceitos de Patrick Charaudeau, Eni Orlandi, Mauro Wolf, Perseu Abramo, Manuel Castells, Guy Debord, Maria Frederico, Ciro Marcondes Filho, Cristina Ponte, Marconi Silva, Nelson Traquina e Dominique Wolton.

Assim, analisando o corpus pré-selecionado do programa, podemos aferir se o jornalismo praticado hoje apresenta resquícios do passado, além de abrir futuras discussões acerca desse formato, a fim de compreendermos se hoje ainda há espaço para o tipo de gênero e formato do Documento Especial.

6.6 OBJETIVOS DA ANÁLISE

1. Analisar o conteúdo discursivo do programa estudado a fim de apreender alguns aspectos de sua ideologia;
2. Compreender de que forma é criada a “verdade” jornalística no programa e se esta condiz com seu subtítulo “Televisão Verdade”;
3. Observar os estereótipos (realidade) construídos pelo programa nos atores sociais das reportagens e outros elementos próprios das teorias da comunicação e do jornalismo, sobretudo da análise de discurso.
4. Tecer olhares sobre a construção da cena enunciativa nos discursos do programa à luz de conceitos como polifonia, polissemia e subjetividade.

6.7 LIMITAÇÕES DA ANÁLISE

1. Baixa resolução de vídeo e qualidade de áudio das edições do programa disponibilizadas em vídeo (no site *youtube*);
2. Impossibilidade de entrevista com os protagonistas do programa estudado (Nelson Hoineff – Diretor e Roberto Maya – Apresentador), por não conseguirmos respostas nos contatos realizados;
3. Falta de informações aprofundadas acerca do programa em bibliografia pertinente, periódicos e em websites acadêmicos.

6.8 ANÁLISE DE CORPUS

Com as edições “Delírio na Madrugada”, “Perdidas na Noite” e “Vila Mimosa” pré-selecionadas, faremos as análises com base em protocolo pré-estabelecido, lançando algumas considerações ao término das análises e uma conclusão geral ao término deste trabalho.

6.9 ETHOS: DESCRIÇÃO DO CENÁRIO

Considerando que o cenário pode influir na construção de sentidos, descreveremos alguns elementos pregnantes, a saber:

1. Uma sala de estar com uma poltrona ao lado de uma mesa com um abajur;
2. Atrás da poltrona em que o apresentador fica a maior parte do tempo há uma estante com livros;
3. Ao lado do apresentador, está disposto um espelho, que reflete a imagem da biblioteca com livros.
4. Ao fundo do cenário há uma janela e uma cortina da cor vermelha.



Figura 6 – Cenário do Documento Especial – Televisão Verdade em 1989, ainda na TV Manchete
Fonte: Documento... (2011)

O cenário acima fez parte das três edições do programa estudadas por este trabalho, todas apresentadas no ano de 1989. A sala-cenário aparenta, à primeira vista, ser luxuosa e própria para a leitura por conta dos livros postados logo atrás do apresentador, e do abajur ao lado da poltrona em que Roberto Maya senta-se por boa parte das edições – depreendendo aí, possivelmente, uma antinomia entre o cenário e os temas popularescos trazidos nas edições.

6.10 FORMAÇÃO DISCURSIVA 1 (FD1): “O TRANSFORMISTA LAURA DE VISON” X O PROFESSOR NORBERTO CHUCRI DAVID”

Nesta edição do Documento Especial – Televisão Verdade é apresentada o travesti e atriz Laura de Vison, que se apresenta à noite em boates cariocas. Logo na introdução da edição – exibida no ano de 1989 – há os seguintes dizeres – exibidos sob a cor vermelha como fundo, cor esta, historicamente ligada à esquerda na política, àqueles ‘desfavorecidos’ que lutavam em prol de igualdade: “*O programa a seguir contém cenas que podem ser desaconselháveis a crianças ou pessoas muito sensíveis. Opiniões emitidas, mesmo que em desacordo com as do programa, são mantidas em respeito à acuidade das reportagens*”⁶⁴. Dessa maneira, é possível interpretar que, no enunciado da edição, o próprio Nelson Hoineff – diretor do Documento Especial – já lançava a ideia de que as cenas do travesti poderiam interferir na audiência de acordo com valores-notícia, trazidos por Traquina (2008), tais como: a **notoriedade**, uma vez que Laura de Vison seria a ‘estrela’ da edição, que retrataria seu cotidiano como travesti e como professor de história; a **novidade**, já que, de acordo com o discurso de introdução da edição, o show da transformista “*há anos em cartaz, nem sonha em constar de qualquer roteiro cultural da cidade*”; e a **polêmica**, representada por meio do modo de vida do travesti e do público de seu show⁶⁵.

⁶⁴ A edição “Delírio na Madrugada” foi gravada e veiculada em 1989 pela TV Manchete, e postada na rede social **youtube** em 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=cRzvoll7nQU>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

⁶⁵ Vale lembrar que no ano de 2007, o Canal Brasil – canal de televisão por assinatura – passou a reprisar algumas edições do Documento Especial, e a edição “Delírio na Madrugada” fora censurada por exibir dois homens se beijando enquanto a transformista Laura de Vison apresentava-se no palco de uma boate carioca.



Figura 7 – O travesti Laura de Vison com o seio à mostra

Fonte: Documento... (2011)

6.10.1 Contexto sócio-histórico

A edição “Delírio na Madrugada” foi produzida no mesmo ano de 1989 em que o Brasil era presidido por José Sarney – vice-presidente que assumiu o cargo após a morte de Tancredo Neves; ano também em que Fernando Collor de Mello ganharia as eleições presidenciais para assumir o cargo máximo da nação em 1990. Também foi o ano em que o Brasil mais sofreu com a inflação, com média de 764%.

Em 1982, o Brasil teve seu primeiro caso de AIDS, sendo que nos anos 80 os casos da doença subiram consideravelmente no país. Ainda nos anos 1980 era comum – por falta de informação sobre a doença – relacionar a enfermidade à homossexualidade, sendo que em 1989 o popular cantor Cazuza assumiu ser portador do vírus do HIV..

No contexto global, o mundo presenciava a chamada “Guerra Fria”, que marcou a série de conflitos de ordem política, militar, tecnológica, econômica, social e ideológica entre a União Soviética e seus aliados e os Estados Unidos e seus aliados, culminando com a desagregação do bloco socialista – representado pela União Soviética e por seus aliados. Em 1989, o Muro de Berlim, que separava as duas Alemanhas, foi derrubado. Também foi nesse ano que o presidente da Rússia Mikahail Gorbachev renunciou ao poder.

6.10.2 Sentido: realidade

Voltando à abertura da edição, Roberto Maya, apresentador do programa, diz: “*O Documento Especial leva você hoje ao mais marginal dos shows da noite carioca. Há anos em cartaz, ele nem sonha em constar de qualquer roteiro cultural da cidade*”. Neste trecho mencionado, há o uso do termo “marginal”, que é um termo polissêmico, ou seja, pode ter vários significados, dentre eles: algo que está à margem ou, nesse caso, que ou quem vive à margem da sociedade, ou mesmo um indivíduo delinquente, que vive à margem das normas éticas; assim, nesse jogo polissêmico, há certa confusão acerca do termo utilizado, pois podemos confundir entre o show do travesti ser algo que vive à margem da sociedade ou, talvez à primeira vista, ligar o termo “marginal” à própria líder do show erótico. Após a fala do apresentador, entra no ar a cena de dois homens se beijando (possivelmente façam parte da plateia do show) e o próprio travesti – com um dos seios de fora – dizendo: “*Chega de sacanagem! O negócio agora é a realidade, gente! Preparem-se para a grande viagem, é a hora do show!*”. A palavra “sacanagem⁶⁶”, de etimologia não definida, traz uma tese interessante (embora não confirmada cientificamente): No início do século XX, as judias que vieram da Europa Central para o Brasil tornaram-se prostitutas em alguns bairros malfadados de São Paulo e Rio de Janeiro. Conhecidas como “polacas⁶⁷”, elas se comunicavam no idioma ‘idiche’⁶⁸ e diziam “sacana” – que em seu idioma indicava perigo – quando a polícia chegava. Assim, policiais passaram a adotar o termo “sacanagem” nos lugares em que as “polacas” estavam. Dessa forma, o termo utilizado por Laura de Vison na edição do programa pode relacionar o show da transformista com prostituição.

O uso do termo “marginal” e da exibição do beijo gay talvez justifiquem os dizeres inseridos no início do programa, quando havia o aviso de que cenas fortes seriam exibidas, levando-se em conta que assuntos inerentes à homossexualidade eram incomuns na televisão brasileira, e que o preconceito com esta questão era mais latente do que é nos dias atuais, pois também era a época em que a própria mídia brasileira correlacionava a AIDS aos casais homossexuais, fazendo uma espécie de “agendamento” junto à população. Na esteira deste pensamento, Wolf (2012) esteia que a mídia possui um surpreendente poder de dizer aos

⁶⁶ De origem duvidosa, a palavra sacanagem pode originar da palavra árabe “açaccá” que quer dizer “aguadeiro” ou da palavra japonesa “sakana”, que quer dizer “peixe”. Embora nenhuma delas explique a origem do termo sacanagem, “sacana” em hebraico indica “perigo”.

⁶⁷ Polaca é o termo usado para a mulher que nasceu na Polônia, mas, nos termos chulos, tornou-se sinônimo de prostituta. Fonte: **Significado de palavras**. Disponível em: <<http://www.significadodepalavras.com.br/Polaca>>. Acesso em: 26 maio 2013.

⁶⁸ Idioma do subgrupo germânico, adotado por judeus da Europa Central e da Europa Oriental no segundo milênio.

receptores sobre o que pensar. Nesse raciocínio, o Documento Especial talvez agisse rompendo a ideia de que a questão homossexual não possuía valor-notícia.

Ao encontro de tais pensamentos, é possível imaginar que a formação discursiva da edição estudada tenha sofrido influência do contexto socio-histórico que o Brasil atravessava, uma vez que a proposta do programa era a de trazer um Brasil que não era exibido pela televisão, de acordo com o diretor Nelson Hoineff; portanto, nessa vontade de ‘quebrar o comum’, o programa basearia seu discurso em elementos que lhe conferissem legitimidade.

Imbuído de efeitos de sentido causados pela exibição do beijo gay e da cena do transformista com o seio à mostra, a declaração de Laura de Vison, à primeira vista, parece remeter a uma viagem que levará o telespectador ao conhecimento de algo que ocorre e que não lhe era proporcionado por olhares próprios, apenas o suporte do programa o levaria a isso. Essa ideia pode ser corroborada com a próxima fala de Roberto Maya, que vem na sequência da vinheta de apresentação do programa: *“A cultura dominante costuma incorporar certos valores marginais, mas há ocasiões em que estes valores se tornam marginais demais para serem incorporados”*. Assim, após utilizar novamente o termo “marginal”, o apresentador dá a entender que o programa entranhará neste mundo “marginal” do travesti, tratado como a “realidade”. Ainda na fala da travesti, há o uso do termo “realidade”, algo que pode trazer ao telespectador a ideia de que o que será exibido não sofrerá nenhum tipo de trato por parte da edição do programa – algo que condiz com o subtítulo “Televisão Verdade”, daí talvez a exibição deste termo na edição. Perseu Abramo (2003) diz que a realidade trazida pela imprensa faz parte de uma realidade artificial, apresentada no lugar da realidade real, como uma espécie de ‘omissão’ daquilo que decorre; pensando nisso, talvez o Documento Especial crie um caminho inverso à omissão da realidade: quiçá o programa aja em detrimento ao que o público conhece como realidade da noite carioca – bares, bebidas, mulheres e prostituição – para apresentar algo que ocorre em paralelo à realidade (re) tratada nos demais programas de gênero semelhante. Ao encontro disso, Ponte (2005) citando Tuchman (1978) coloca que o recorte e o enquadramento de atividades e experiências de mundo são influenciados pelos critérios de noticiabilidade e de sua representação social.

6.10.3 Sentido: verdade

Com o propósito de ressaltar esta imagem de realidade, a edição apresentou, também, um outro lado da vida de Laura de Vison: o professor Norberto Chucri David. Para isto, é apresentado um discurso que encontra no paradoxo e na metáfora ligada a um conto de fadas,

a forma de lançar as duas faces do travesti: “*Como uma Cinderela da marginalia carioca, todo o encanto se desfaz na segunda-feira: é quando o travesti Laura de Vison se transforma no professor Norberto Chucri David. Entra em cena um conceituado professor de história do Brasil para adolescentes de 13 a 16 anos*”. Após este trecho, são apresentadas cenas do professor em aulas, conversando com os alunos, e Laura de Vison – assim caracterizada – conversando com o público de seu show. No conto de 1697, escrito por Charles Perrault, Cinderela consegue, graças ao seu grande desejo, que uma fada-madrinha a auxilie a ficar bonita para o príncipe, mas a magia se desfaz à meia-noite. No ano de exibição do programa, os contos de fadas tomavam um espaço maior no imaginário da sociedade se comparado aos dias atuais, pois, de acordo com Castells (1999), a baixa definição dos televisores – peculiares ao ano de 1989 – fazia com que os telespectadores acabassem preenchendo esse espaço não-definido na imagem, o que aumentaria seu envolvimento emocional com o programa. Em uma relação direta entre a história da Cinderela com o termo “conceituado professor”, entendemos que há uma antinomia entre o trabalho de Laura, como transformista, e o trabalho de Norberto, como professor de história, deixando entrever que o conto de fadas vivido à noite é quebrado pela manhã, quando o protagonista ‘perde’ a magia da fada para ensinar jovens; a magia está mais no “submundo” que no “mundo real”.

Desta forma, o conteúdo imagético e textual exibido entrará em consonância com o pensamento de Charaudeau (2012) quando este coloca que o que temos como visível do mundo é apenas algo invisível e intocável, que acaba sendo construído com requintes de espetacularização e do que a nossa memória irá projetar sobre este espetáculo. Em outras palavras, o telespectador que acompanhou a edição “Delírio na Madrugada”, pode ter se sentido próximo ao show do travesti Laura de Vison; sentiu-se como se este “espetáculo” estivesse próximo a si, bastando ele sair de casa para ter contato com a performance do travesti, justamente por ter sentido o efeito de verdade construído no discurso do programa.

6.11 FORMAÇÃO DISCURSIVA 2 (FD2): IDENTIFICAÇÃO TRANSLADADA

A edição “Perdidas na Noite”, também exibida em 1989, apresentava o mundo dos travestis, abordando a forma com que eles se transformam, a rotina dos travestis que se prostituem e a união dos travestis com outros homens. Assim como na edição estudada anteriormente – FD1 – esta também trouxe os dizeres sob um fundo vermelho, com o aviso de que as cenas a seguir poderiam incomodar aqueles que fossem mais sensíveis, algo que também podemos entender como uma preocupação do editor Nelson Hoineff com as cenas, já

que estas foram produzidas tendo em mente os valores-notícia mencionados na FD1. Além disso, a representação do vermelho novamente pode indicar um posicionamento esquerdista, remetendo à origem do Comunismo, ao espírito revolucionário e como representação da resistência dos oprimidos. Outrossim, para o contexto religioso, a cor vermelha indica cor da carne, do pecado e da tentação, o que pode remeter ao mundo dos travestis – de acordo com o trato da edição.



Figura 8 – Travesti recebendo aplicação de silicone

Fonte: Documento... (2011)

6.11.1 Sentido: Seres que despertam curiosidade X Conquistadores de fama

Após a vinheta de abertura do programa, Roberto Maya, sentado em uma poltrona, que faz parte de uma espécie de sala luxuosa como cenário, diz: *“Eles são vistos com curiosidade e muita desconfiança. Mas nos palcos brasileiros já se tornaram grandes estrelas e encantam plateias de todos os tipos. São os travestis brasileiros, que já conquistaram fama internacional⁶⁹”*. Neste trecho, o apresentador utiliza uma forma analítica no adjetivo “desconfiança”, através do “muita”; assim, Roberto Maya traz um efeito de subjetividade em seu discurso. No decorrer da edição, são exibidas cenas de Roberta Close – que ficou famosa após uma cirurgia de mudança de sexo em 1989 – sendo coroada por algum título e a locução:

⁶⁹ A edição “Perdidas na Noite” foi gravada e veiculada em 1989 pela TV Manchete, e postada na rede social *youtube* em 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=eSRHfTAuUY>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

“Ela traz no rosto o encanto de uma princesa de conto de fadas e já foi apontada como símbolo sexual do país”. Com este discurso, há uma espécie de justificativa para o dizer de Roberto Maya quando este utilizara um oxímoro entre a curiosidade que os travestis despertam e o sucesso e fama internacional por eles conquistadas – como se fossem “princesas” dos “contos de fada” que conquistam seus objetivos, superando as adversidade – nesse caso, ilustrado pela figura de Roberta Close, que, por fazer a cirurgia também em 1989, talvez tenha sido o “gancho” do programa para a abordagem do cotidiano dos travestis.

Em outro trecho do programa, quando são exibidas cenas dos travestis se expondo em alguma avenida movimentada, o apresentador diz: *“Na maioria das vezes, eles são vistos como animais raros que despertam curiosidade e preconceito. Mas chegam até a ser atração turística”*. Nesse momento, a imagem dos travestis se exibindo dá lugar a imagens de uma van com diversas pessoas dentro e uma mulher, guia turística, que afirma, após a pergunta da repórter sobre o que as pessoas da van estavam fazendo naquele lugar: *“Pra dar uma olhadinha nos travestis, que eles gostam de ver”* e completa: *“São turistas espanhóis, da Catalunha”*. Percebemos que aqui há novamente o emprego do termo “curiosidade”, mas dessa vez, acompanhado, na mesma frase, dos termos “animais raros” e “preconceito”. Entretanto, o que vem a seguir segue como uma forma de legitimar a afirmação do apresentador/locutor no adjetivo “curiosidade”, mas não justifica a utilização do termo “animais raros”, corroborado pelo uso de “até”. Neste ponto, o não-dito é perceptível, pois o posto – os travestis vistos como “animais raros” – fica no subentendido, já que não há nenhum entrevistado afirmando tal proposição do programa. Dessa forma, talvez a formulação aplicada aos travestis, mas não justificada, tenha sido originada pelo interdiscurso do programa, ou seja, por formulações já feitas, mas esquecidas e que influenciaram o discurso do programa e dos sujeitos que o constroem, estimulando sentidos já vividos e armazenados na memória discursiva.

Concomitante a isso, destacamos a relação entre “animais raros” e a visita dos turistas, fato que legitima a ideia “animalesca” da ida a um zoológico ou parque.

6.11.2 O apresentador como sujeito jornalista: objetividade/subjectividade e o efeito de realidade

Em determinado momento do programa, Roberto Maya abre um bloco com os dizeres: *“Por algumas das ruas principais das grandes cidades brasileiras, eles já fazem parte da paisagem; escandalizam alguns e enchem de curiosidade a outros. São os travestis, no*

ousado oferecimento de seus corpos”. O termo “curiosidade” fora aplicado por mais de uma vez no discurso do apresentador ao longo da edição, o que vai ao encontro com um dos valores-notícias trazidos por Traquina (2008): a controvérsia. Ainda neste ponto, o apresentador destoa do discurso objetivo – inerente ao jornalista – e adota um discurso subjetivo⁷⁰, demarcado no momento em que utiliza o adjetivo “ousado”. Abramo (2003) assevera que o jornalismo não é e nem deve ser objetivo, pois para ele retratar o mundo real, repleto de conflitos e de lutas, é necessária uma posição do jornalismo.

Neste contexto, novamente caímos à ideia de realidade construída no jornalismo – mais especificamente no Documento Especial. Nesta consideração, podemos relacionar a realidade proposta pelo programa e a realidade criada pelo jornalismo, pois, de acordo com Silva (2006) o texto jornalístico possui relações com a realidade, mas, jornalisticamente, ele irá apresentar um mundo no qual o espectador poderá olhar como um mundo “extra-mental”. Ou seja, o jornalismo irá propor um retrato da realidade, mas o telespectador do Documento Especial poderá confundir este com um retrato do mundo, de alcance global.

6.11.3 Sentido: a busca pela identidade X a transformação em “mulher”

Após a fala de Roberto Maya sobre o “ousado” oferecimento dos corpos dos travestis, entram em cena imagens de travestis fazendo “ponto” em zonas de prostituição junto a uma trilha musical que soa melancólica aos ouvidos da audiência e a locução do apresentador/locutor: *“Com muitos sonhos e poucas certezas, os travestis tomam conta das noites nas grandes cidades em busca não apenas da sobrevivência, mas da própria identidade”*. A fim de encontrar sua “identidade”, possivelmente os travestis tenham sofrido algum tipo de rejeição no passado, seja da família ou no ambiente em que viviam. Isso, possivelmente, os impedia de comunicar-se com outras pessoas, o que é fundamental na vida, de acordo com Wolton (2011). Para o autor, é preciso compartilhar com os demais, pois essa é uma necessidade humana incontornável. Desse modo, é provável que os travestis tenham obtido êxito em seus nichos sociais aos quais se inseriram após encontrarem outros seres humanos que partilhassem dos mesmos preceitos. Isso corrobora a ideia de Marcondes Filho (2008) que assevera que só há comunicação quando há uma espécie de rotatividade nela: a pessoa se volta a ela e incorpora algo presente nesse processo.

⁷⁰ Embora consideramos que todo discurso carrega no seu bojo a subjetividade.

Sob a imagem de travestis se prostituindo, o enunciado do programa, com os dizeres que colocam a busca pela identidade, mais uma vez o não-dito denota a ideia de que a identidade dos travestis não está atrelada à prostituição, pois se nesta atividade eles não se encontram, questionamos onde se encontrarão – talvez, o não-dito do discurso influa na ideia de que nem mesmo os próprios travestis conseguiram encontrar suas identidades, uma vez que, no decorrer da edição, os próprios afirmam que não conseguem outro tipo de emprego em outros lugares por não serem bem aceitos pela sociedade.

Já na antítese que o discurso do programa colocou quando trouxe os dizeres “muitos sonhos” e “poucas certezas”, entendemos que estes estão atrelados à polifonia presente no discurso do programa, haja vista que o posicionar no termo “muitos sonhos” indica outras vozes que inferiram na cunhagem desse termo: provavelmente, compreendem que os travestis sonham no momento em que nascem homens, mas identificam-se como mulheres, ideia esta pré-concebida por discursos que influenciaram o redator; na ideia das “poucas certezas”, talvez o futuro incerto e duvidoso – haja vista que os travestis mostrados na edição são adeptos da prostituição como forma de trabalho – os deixe com dúvidas acerca de suas próprias trajetórias futuras, ideias, mais uma vez, influenciadas por outras vozes discursivas que colocam o travesti como alguém de futuro incerto, pois há poucos – ou quase nenhum – registros de travestis idosos. Em 1989 – ano de exibição do programa – conforme já colocado, os casos de AIDS aumentavam consideravelmente no país. Este fato, aliado à falta de informação sobre a doença, trazia a crença de que a homossexualidade era uma das principais causas da enfermidade no Brasil, algo que pode ter influenciado o editor do programa a não buscar um travesti idoso e na formulação de seu discurso com o uso da palavra incerteza.

Dentre os sonhos do homossexual está o de “transformar-se” em mulher, aderindo ao travestismo. Na abertura do último bloco do programa, Roberto Maya introduz a matéria sobre a transformação do homossexual em travesti com os dizeres: *“É dolorosa e muitas vezes cruel a transformação de um homem em travesti. Mas para a grande maioria, o sacrifício vale a pena. É o requisito fundamental para o trabalho nas ruas ou para uniões que tornam virtualmente normais relacionamentos aparentemente exóticos”*. O termo “virtualmente”, originado da palavra “virtual”, indica: “**1.** Que existe como faculdade, porém sem efeito atual. **2.** Suscetível de realizar-se; potencial (FERREIRA, 1993)”; já o termo “exóticos” indica: “**1.** Que não é indígena; estrangeiro. **2.** Excêntrico, extravagante. (FERREIRA, 1993)”. A carga semântica presente nas duas palavras relacionadas indica um sentido conotativo, uma vez que não há uma interpretação literal da oração que as envolve. Assim, os relacionamentos dos travestis podem ser interpretados como possivelmente normais

– embora nunca o sejam – e ‘diferentes’ se comparados aos relacionamentos ‘normais’, envolvendo homens e mulheres.

Ainda neste trecho discursivo do programa, o enunciado apresenta seguidas adjetivações quando descreve a transformação do homem e travesti, além de, mais uma vez, colocar o apresentador Roberto Maya no papel de subjetividade quando este diz que os relacionamentos dos travestis são “aparentemente exóticos” – termo este que remete, mais uma vez, à expressão “animais raros”, anteriormente empregada. Essa crença preconceituosa é, mais uma vez, assim interpelada pela polifonia, uma vez que o programa só apresenta cenas de preconceito dos próprios familiares com os travestis; esta faz parte de outras vozes que interferiram na criação do discurso do programa. Talvez estas vozes estejam ligadas à Ditadura Militar brasileira, que havia terminado recentemente com a aprovação da Constituição de 1988, quando o país voltou à democracia e à influência da igreja, na ‘endemonização’ do travestismo e da homossexualidade.

Seguido a isso, há a exibição de um travesti recebendo injeções de silicone (industrial) em seu corpo. A cena transcorre sob o áudio da música “Jade”, composta e interpretada por João Bosco. Enquanto o travesti recebe as injeções e demonstra feições de dor, a música traz os dizeres: “*Aqui meu irmão ela é coisa rara de ver, É joia do Xá retina de um mar, De olhar verde já derramante, Abriu-se Sésamo em mim, Ah! meu irmão aqualouca tara que tem imã, Mergulha no ar me arrasta me atrai, Pro fundo do oceano que dá, Prá lá de Bagdá prá cá de além*”. Os efeitos de sentido causados pelo paradoxo discursivo da música com a expressão facial do travesti, deixam apensos que o travesti está submetido à transformação para um ser que contará com a beleza semelhante ao do mineral Jade – como cantada por João Bosco – como resultado do processo de injeção do silicone. Ainda nesta cena, podemos observar a ‘dramática’ imagem da transformação que traz uma carga de sentido, mas sem o que Charaudeau chama de “imagem-sintoma”, que para o autor é uma imagem que remeterá a outras imagens. Como a cena da transformação do homem em travesti não possui esse efeito sintoma, ela será preenchida com o que mais toca os indivíduos – no caso, o drama vivido pelo homem que se submete a uma dolorosa aplicação de silicone industrial pelo corpo. Com isso, a imagem remeterá a um imaginário profundo da vida, atuando diretamente na audiência, que apreende o efeito simbólico.

Já com o corpo caracterizado por curvas femininas graças ao silicone, o travesti da edição aparece maquiando-se, como se estivesse preparando-se para sair, sob os trechos da música de João Bosco: “*Luz talismã misterioso cubanacã, Delícia sensual de maçã, Saborosa manhã, Vou te eleger vou me despejar de prazer, Essa noite o que mais quero é ser, 1001 pra*

você”. Assim, o programa fez uma analogia em que apresentou o homossexual transformando-se em Jade, como se o travesti atingisse uma beleza semelhante ao do mineral, forma de romantizar, de certa forma, a “cruel realidade à qual eram submetidos à época.

6.12 FORMAÇÃO DISCURSIVA 3 (FD3): RADIOGRAFIA DA PROSTITUIÇÃO: OS PRAZERES DA VILA MIMOSA X AS “MIMOSAS” PROSTITUTAS EM BUSCA DA SOBREVIVÊNCIA

Na edição “Vila Mimosa”, também exibida em 1989, o Documento Especial mostra o ambiente de antiga zona de prostituição carioca localizada na Praça da Bandeira, no Rio de Janeiro, conhecida como Vila Mimosa. No início da edição é exibido um clipe com imagens do local de prostituição sob a locução de Roberto Maya, que diz: *“Feias ou bonitas, anônimas ou assumidas na profissão, elas compõe um quadro melancólico. São o remanescente da mais antiga zona de prostituição do Rio de Janeiro, a zona do mangue. Ela começou em 1870. Hoje reduzida a uma pequena área no centro do Rio, é carinhosamente batizada de Vila Mimosa. A antiga zona do mangue abriga 44 casas, uma verdadeira vila onde as pessoas bebem, se divertem e alimentam esperanças⁷¹”*. O contexto da introdução, passando por uma breve história da localidade, termina com a descrição das atividades que as pessoas fazem na Vila Mimosa: beber, divertir-se e alimentar esperança. Um sentimento mencionado no discurso do apresentador é o melancólico, que em sua etimologia indica a derivação do latim *melancholia* e do grego *melankholia*. No sentido literal, indica “bile negra”, uma vez que *melané* significava “negro” e *kholé* “bile”. Assim, a fisiopatologia medieval indicava que a tristeza e a depressão eram originadas da “bile negra⁷²”.

Dessa forma, quando analisada mais profundamente, o enunciado do programa já trazia à baila a impressão de que a edição buscaria mostrar o oxímoro envolvendo a alegria efêmera de estar na zona de prostituição, na visão do homem, com a vida difícil das prostitutas, que alimentavam a esperança de uma vida melhor. Ao som da música “Retratos e Canções”, composta por Michael Sullivan e Paulo Massadas, e interpretada por Sandra de Sá, a edição exhibe imagens das mulheres buscando clientes, enquanto Roberto Maya diz: *“Nos finais de semana, o movimento aumenta. É quando cerca de mil e quinhentos homens se lançam aos prazeres das ‘mimosas’ do mangue. Neste ambiente, cada uma das mais de*

⁷¹ A edição “Vila Mimosa” foi gravada e veiculada em 1989 pela TV Manchete, e postada na rede social *youtube* em 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=_cUHeXSuVkU>. Acesso em: 20 jan. 2013.

⁷² TEDIO e companhia. **Origem da palavra:** site de etimologia, 2007. Fonte: <http://origemdapalavra.com.br/palavras/melancholia/>. Acesso em: 26 maio 2013.

quinzentas mulheres do mangue compartilham um único objetivo: a sobrevivência". No discurso do apresentador, o paradoxo entre os "prazeres" que o homem procura e a "sobrevivência" que a mulher busca é colocado novamente em riste. Ainda nesta cena, há a imagem de uma prostituta e um possível cliente despindo-se em um quarto, chegando a aparecer completamente nus, no momento em que o áudio da canção "Retratos e Canções" traz os versos: *"Dói no coração, às vezes que eu lembrar, Te amo, e não quero te amar"*. Neste momento, a mensagem traspassada da canção, aliada à imagem da prostituta e de seu cliente nus, podem empreender um sentido de ambiguidade na atividade profissional da prostituta – a conjunção carnal – com seu cliente; *"dói no coração"* e *"te amo, e não quero te amar"* indica, possivelmente, uma amargura da prostituta em ter de praticar o ato com seu cliente, mas sem ela querer, apenas por dinheiro, muito embora o programa não problematize essa questão.



Figura 9 – Prostituta rumando ao trabalho após despedir-se de sua família
Fonte: Documento... (2010)

6.12.1 Sentido: Esperança na zona de prostituição?

Este paradoxo entre o "alimentar esperança" e uma zona de prostituição é corroborado pela declaração de uma prostituta na cena a seguir: *"Como eu, as outras meninas daqui de dentro, a gente pensa sempre em sair dessa vida, arrumar um meio melhor de viver, arrumar um emprego fora, viver bem. Porque isso aqui não é tão bom como parece, como aparenta.* Ao término de sua declaração, a prostituta muda sua feição e transparece um ar de tristeza

abaixando a cabeça e olhando para o ‘nada’ – remetendo à melancolia citada por Roberto Maya. Nesse momento, novamente entra no ar a música “Retratos e Canções”, que traz em seus versos: *“Hoje eu me peguei, Pensado em você”*. Aqui há, mais uma vez, uma linha paradoxal entre o que a prostitua coloca como o ambiente “não tão bom como parece” e a esperança da mesma em deixar a prostituição. A cena da prostituta com o olhar perdido e a feição melancólica aliada à música de ritmo triste geram o que Charaudeau (2012) chama de “verdade de emoção”. Para ele, este efeito de verdade – causado pela emoção que a cena enunciativa traz, pode levar o telespectador ao pranto – atingirá a audiência no momento em que esta reação de emoção ocupar um lugar de verdade, uma vez que nada no mundo poderá mudar a visão daquele que o experiencia. Assim, o subtítulo “Televisão Verdade”, no caso desta edição, encontrará aceitação e identificação da audiência.

6.12.2 Sentido: por que ser prostituta

Em outro momento da edição, o programa traz um depoimento de uma psicóloga que declarou o porquê de ter aderido à prostituição. Roberto Maya anuncia a entrevista com o seguinte discurso: *“Para algumas mulheres, ser prostituta é sinônimo de unir o útil ao agradável. Sem querer ser filmada, a psicóloga Bárbara Guilherme conversou com a equipe de Documento Especial”*, seguida pela declaração da prostituta, que afirma: *“Minha família se resume a isso aqui. Pai, mãe, irmão, eu não tenho ninguém. Eu acho tudo aqui. Aqui eu me divirto, ganho dinheiro, ouço música, danço, choro, brinco, bebo. Então, tudo pra mim se resume nisso aqui”*. No enunciado da entrevista, Roberto Maya faz uma espécie de contraponto à ideia inicial de que a zona de prostituição é tomada por mulheres que estão descontentes com a ‘profissão’. A declaração da prostituta, dizendo que lá ela se diverte, também revela que a falta de uma família talvez a tenha levado à Vila Mimosa para comunicar-se com outrem. Aqui, assim como na FD2, há novamente uma busca pela identidade por parte da personagem envolvida – no caso, a psicóloga – que deseja comunicar-se com alguém, por esta ser uma necessidade humana incontornável, de acordo com Wolton (2011), pois só há identidade na alteridade.

Na última cena da edição, o programa acompanha o cotidiano de outra prostituta que trabalha na Vila Mimosa, mas que durante o dia vive a vida de uma esposa. Diz o enunciado do programa: *“Documento Especial acompanhou uma destas mulheres e foi até São João do Meriti, na baixada fluminense no Rio de Janeiro. Durante o dia, Arleci vive a rotina de uma simples dona de casa com marido e três filhas. Depois das atividades domésticas, elas se*

prepara para mais um dia de trabalho duro. Ao longo do discurso do apresentador, são exibidas imagens da dona de casa cuidando de seus afazeres domésticos; após, é exibida uma cena em que a prostituta/dona de casa despede-se de seu marido e rumo à Vila Mimosa. No discurso “objetivo” do apresentador/locutor, há o uso do termo “duro”, que no dicionário significa: “**1.** Que não é tenro ou mole; rijo. **2.** Desagradável ao ouvido. **3.** Árduo, custoso. **4.** Inexorável. **5.** Vigoroso. **6.** Enérgico. **7.** Insensível⁷³”. Na polissemia inerente ao termo, é possível relacionar os dois lados da vida da mulher em questão: os afazeres domésticos durante o dia, no qual vive uma vida “simples”, com seu trabalho noturno, representando a dificuldade que encontrará na zona de prostituição. Isso potencializará o sentido da prostituição – sem problematizar – e romantiza a vida doméstica.

6.12.3 Sentido: A honra das prostitutas

A constante utilização de um discurso subjetivo por parte do apresentador pode confundir a audiência no discernimento sobre o que é objetivo e o que é colocado como opinião do programa. No encerramento da edição, Roberto Maya utiliza efeitos de afetividade em seu discurso subjetivo, como quando diz: “*A Vila Mimosa vive hoje os últimos suspiros do que para várias gerações foi o próprio sinônimo de prostituição. Manter acesa a derradeira chama do mangue é para essas mulheres uma questão de honra, a honra que se esconde até mesmo por trás de suas profissões*”. Etimologicamente, o termo “honra” é originário do latim *honos* e *honoris*, que descrevia as qualidades que as pessoas que exercem um cargo público deveriam ter. Embora no latim os termos *honor* e *honoris* não sejam relacionados à dignidade, a construção discursiva do trecho mencionado traz à tona a polifonia, uma vez que o sentido de honra neste trecho parece estar atrelado ao esforço das prostitutas em manter o lugar – a Vila Mimosa – em funcionamento para manterem suas honras. Isto decorre – possivelmente – da história do Egito antigo, na região da Mesopotâmia e da Grécia, na qual a prostituição era ritualizada; as prostitutas eram honradas e recebiam consagração das sacerdotisas (PROSTITUICAO, 2011)⁷⁴. Dessa maneira, calcado em um conceito histórico que relaciona as prostitutas à honra, o Documento Especial procurava quebrar mais um paradigma inerente ao ano de 1989, quando a sexualidade era pouco explorada pela televisão e pouco debatida na sociedade.

⁷³ (FERREIRA, 1993).

⁷⁴ Fonte: **Click estudante**. Disponível em: <<http://www.clickestudante.com/prostituicao.html>>. Acesso em: 27 maio 2013.

Ainda no discurso de encerramento do programa, não há uma posição clara entre a opinião do programa e o fato de que a Vila Mimosa está em seus últimos dias. Isso vem ao encontro com o que Abramo (2003) coloca como essencial para o jornalismo, pois para ele é preciso distinguir informação de opinião, além de apresentar a produção jornalística ao telespectador para que ele perceba o que é exposição da realidade e o que é ajuizamento de valor. Além disso, neste momento final são exibidas cenas da Vila Mimosa lotada de homens e prostitutas que entram em quartos para – provavelmente – consumarem o ato sexual. Nesse contexto, Charaudeau (2012) denota que a imagem em movimento, por conta de sua repetição, fixa-se como se estivesse parada, alcançando um efeito semelhante ao da fotografia; a fotografia, por sua vez, é que fixará na memória da audiência os dramas da vida. Assim, estas imagens podem ter ocupado um lugar nas memórias coletivas como acontecimentos dramáticos da vida das prostitutas e até mesmo dos seus clientes. Talvez, aqui haja a corroboração do que a prostituta dizia no início da edição, quando afirmara: *“Porque isso aqui não é tão bom como parece, como aparenta”*, confirmando-se com o trecho da música executada em alguns momentos do programa: *“Dói no coração, às vezes que eu lembrar”*.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS 1

Do alto de minha imensa vontade de aprender novas teorias e conceitos da comunicação, aliei um antigo programa jornalístico – residente em meu pensar há mais de 20 anos – com este ensejo em evoluir como profissional e, sobretudo, como pessoa. Neste denso caminho, senti como se minhas ilusões atemporais afluíam-se a cada passo que dei. Rompi com tudo aquilo que acreditava. Sucumbi à insignificância de quem nada sabe. Desisti de tudo o que fui e abdiqueei de minhas idiossincrasias para me ‘teletransportar’ ao mundo das interpretações de uma peça jornalística única e inigualável. Adentrei a um mundo abandonado que me fez um novo homem, de outra nacionalidade, para poder explorar cotidianos e nichos sociais desconhecidos das telas até então. Sucumbi a uma verdade subjetiva, assim interpretada por quem se despiu de seus ‘pré-conceitos’ para aproximar-se do que o homem chama de “animais ferozes”. Resignifiquei minha memória discursiva para depreender um conto de fadas que realoca a cena enunciativa e a ideologia do protagonista (antagonista?). E, finalmente, entreguei minha percepção sobre a honra de uma pessoa ao sabor da magnitude de uma mulher sonhadora e sofrida, mas essencialmente envolta a sentimentos humanos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS 2

Se a verdade construída no programa Documento Especial percorre as diferentes formas de discurso da atração, entendemos que esta se deu ao encontro de um ensejo de apresentação da ‘realidade’, não aos elementos integrantes do “espetáculo midiático” inerente aos programas jornalísticos atuais. Ideologicamente, percebemos que o programa investigado trazia um discurso que denotava certa estereotipia aos ‘atores sociais’ envolvidos nas edições, além de apresentá-los à sociedade – através de uma ‘realidade’ construída de acordo com a ideia embrionária do programa: apresentar um Brasil até então incomum e desconhecido.

No jornalismo hodierno, torna-se cada vez mais difícil fazer a distinção entre a realidade construída a partir de uma “vontade” do produto e dos produtores em relatar um fato ocorrido – mesmo que esta retratação se dê sob alguns elementos do espetáculo – e a realidade construída por meio da “espetacularização imanente” criada em fatos do cotidiano que inferem na vida e na sociedade. Se os padrões de manipulação são perceptíveis em grande parte dos produtos jornalísticos atuais, percebemos que a ‘verdade’ (im)posta por estes, passa por valores que interferem no discurso objetivo do jornalismo e do sujeito-jornalista, provando que não há uma concretude neles e que a objetividade é um ideal que contrapõe a essência da linguagem, que é opaca e sempre subjetiva, como propõe a análise de discurso que aqui apresentamos como um campo teórico-metodológico.

Assim, compreendemos que o Documento Especial procurou fugir ao ‘agendamento’ intrínseco aos programas televisivos da época, optando por exibir uma realidade construída a partir de elementos que envolvessem uma ‘cultura’ até então não (re)tratada em outras atrações de gênero semelhante, e que não possuíam noticiabilidade para outros programas. Em seu discurso midiático, o programa utilizava temas polêmicos e elementos textuais impregnados de efeitos de sentido que eram apresentados como verdade para sua audiência, considerando as marcas de subjetividade na enunciação, posições ideológicas presentes e uma forma de fazer jornalismo bem peculiar.

Contemporaneamente, avaliamos que o jornalismo busca construir uma realidade calcada em elementos da “sociedade do espetáculo”, que valoram os fatos ocorridos e buscam criar uma verdade a partir de tais estratégias. Na dualidade entre realidade X ficção e ‘espetáculo’ X ‘verdade’, ponderamos que o caminho seguido pelo fazer jornalístico pode estar seguindo um rumo que o deixará fadado a criar uma realidade ilusória baseada na ficção entrelaçada aos elementos da espetacularização – como defende Charaudeau (2006) -, próprios de uma sociedade repleta de mobilidade tecnológica, recursos audiovisuais, expertise

profissional midiática e uma realidade essencialmente dramática, já que o cotidiano está eivado de mazelas, dissabores e agruras – deixando a impressão que, muitas vezes, o fazer jornalismo está calcado em valores-notícia mais intrínsecos à narrativa de produtos consumíveis e vendáveis que em um fazer noticioso que deveria, em tese, representar o chamado “quarto poder” ao denunciar problemas e injustiças inerentes a um mundo repleto delas.

Deste modo, os objetivos propostos por este trabalho foram reconfigurados durante o processo, pois na análise depreendemos que o programa, do ponto de vista ideológico-discursivo, aparentava exibir uma ‘realidade’ distinta da apresentada pelos demais jornalísticos da época – fato que não pudemos comprovar em sua totalidade por não conseguirmos acesso aos demais programas e um estudo comparativo não foi nosso objetivo – já que o Documento Especial buscava – em “submundos” – um cotidiano que não fazia parte do dia a dia da “cultura dominante”.

Quanto à compreensão da “verdade” que o programa transpassava, entendemos que esta, muitas vezes, era construída a partir de elementos do “espetáculo”, que conferiam legitimidade aos fatos por vieses que envolviam o telespectador emocionalmente, levando-o a crer no que assistia. Portanto, entendemos que o subtítulo “Televisão Verdade” acaba por ser aceito e corroborável em meio às características do programa.

No (re)trato de seus ‘atores sociais’, a atração os estereotipava de acordo com a ‘realidade’ escolhida para determinada edição. Na edição “Delírio na Madrugada”, o travesti Laura de Vison era colocado como um cidadão de duas faces: a face do professor, sério e comprometido com sua atividade docente, e a face do transformista, que se entregava à madrugada e à “sacanagem”. Já na edição “Perdidas na Noite”, os travestis foram tratados como “animais raros” que enveredavam para a prostituição e faziam parte de uma classe social discriminada pela sociedade, além de oprimidos pela polícia. Por fim, a edição “Vila Mimosa” apresentava prostitutas como mulheres que, embora entregues ao sexo como forma de ganhar dinheiro, também possuíam sonhos e famílias que as apoiavam nessa atividade. Portanto, aqui também há uma estratégia de legitimação de verdade: a opinião coletiva, uma vez que os estereótipos colocados pelo programa essencializavam os ‘atores sociais’ e a realidade.

Logo, munidos de um discurso rico em elementos que exploram características inerentes à linguagem, o Documento Especial impactava a audiência com termos que possuíam mais de uma interpretação e um discurso construído sob a égide de outras vozes do

interdiscurso, daquilo que já fora dito e que servia como base para novas interpretações – embora as temáticas tenham sido ‘inovadoras’.

Se tais temas apresentados pelas edições estudadas por este trabalho eram inovadores naquele ano de 1989, hoje podemos dizer que a homossexualidade já não é mais um “tabu” para a mídia, e que o travestismo e a prostituição - muito embora mantenham este “tabu” para a sociedade - conquistaram espaço na mídia. Destarte, o Documento Especial – Televisão Verdade guardou relevância à época, em termos de inovação e audiência, mas, talvez como principal herança, o programa tenha contribuído – ativamente – para a inserção das questões mencionadas nas três edições estudadas e que eram ‘desprezadas’ pela agenda midiática, fato que corrobora a posição de Marcondes Filho (1994) quando afirma que na cultura contemporânea, não é a televisão que é o espelho da sociedade e da realidade, senão o contrário: é a sociedade que é o espelho da televisão.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

A PRIMEIRA LOGOMARCA DA REDE GLOBO, DE 1965, ERA UM CATA-VENTO. **Globo.com**, 2009. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/Tv_globo/Noticias/0,,MUL1034903-16162,00-VOCE+SABIA+A+PRIMEIRA+LOGOMARCA+DA+REDE+GLOBO+DE+ERA+UM+CA+TAVENTO.html>. Acesso em: 05 jun. 2013.

BRAGA, André. Rede Record – Evolução do logo. **Mundoid**, 2008. Disponível em: <<http://mundoid.blogs.sapo.pt/12883.html>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

FABBRO, Diego. 09 de Julho. **95FM Dracena**, 2011. Disponível em: <<http://95fmdracena.com.br/manha95/?p=1121>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação**: rádio e TV no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

GALERIA DE FOTOS: TERCEIRA REPÚBLICA OU REPÚBLICA POPULISTA. **Jchistorybrasil**, 2011. Disponível em: <<http://jchistorybrasil.webnode.com.br/album/galeria-de-fotos-terceira-republica-ou-republica-populista-1945-1964-tv-tupi-logomarca-jpg/>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação**: contatos antecipados com a nova teoria. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994

_____. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988

MARIBONDO, Luca. **Sociedade espetáculo**: se não é espetáculo não existe. Campo Grande, 2010.

MELLO, José Guimarães. **Dicionário multimídia**: jornalismo, publicidade e informática. São Paulo: Arte e Ciência, 2003

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2012.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

SANTANA, Ana Lucia. Polifonia. **Info escola**: navegando e aprendendo, c2006-2013. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/linguistica/polifonia/>>. Acesso em: 12 maio 2013.

SILVA, Marconi Oliveira da. **Imagem e verdade**: jornalismo, linguagem e realidade. São Paulo: Annablume, 2006.

STRAUBHAAR, Joseph, LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

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

_____. **Teorias do jornalismo**: tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.