



**TV Globo e o Documentário Muito Além do Cidadão Kane.  
Confronto da representação da realidade dos fatos a partir dos produtos  
telejornalísticos<sup>1</sup>**

Romilson Marco dos SANTOS<sup>2</sup>

**EDITORA**

**ANNABLUME EDITORA**

**Rua Martins, 300 Butantã 05511-000** São Paulo – SP – Brasil  
Tel. 11 38126764 – [www.annablume.com.br](http://www.annablume.com.br)

**RESUMO**

Este estudo mostra o confronto entre a TV Globo e o documentário "Muito Além do Cidadão Kane", com foco na representação dos fatos, a partir de seus produtos telejornalísticos - telejornal e documentário.

O problema de pesquisa é a relação que se estabelece entre a TV Globo e o documentário, em relação à representação dos fatos da história recente do Brasil. Sendo a semiótica e a filosofia peirceana, a base de sustentação teórica e metodológica para o desenvolvimento das análises. Além, é claro, de revisão bibliográfica sobre os produtos telejornalísticos e análise das informações obtidas sobre os fatos polêmicos em questão.

**PALAVRAS-CHAVE**

Semiótica; Telejornalismo; TV Globo; Documentário; Teoria da comunicação; Pragmaticismo.

---

<sup>1</sup> Publicação lançada no Publicom –V Encontro com Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação

<sup>2</sup> Autor do livro "TV Globo e o Documentário Muito Além do Cidadão Kane Confronto na representação da realidade dos fatos a partir dos produtos telejornalísticos"(2010). Lançado pela Editora Annablume. Doutorando em Comunicação e Semiótica, pela PUC-SP, Com orientação da profa. Dr. Lucrécia D'Alessio Ferrara. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC -SP. Membro da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM. Possui graduação em Comunicação Social Rádio e TV (Radialismo) pela UNESP - BAURU Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2000). Foi diretor da agência de Publicidade e Propaganda ÍCONE 4 PROPAGANDA (2000 - 2003). Atualmente é professor da UEMG e professor do UNIS-MG. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Publicidade e Propaganda, Videodifusão, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, semiótica aplicada aos meios de comunicação - TV E RÁDIO e na publicidade. É coordenador da agência Experimental de publicidade e propaganda do UNIS-MG.



## FOTO

