



**Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo**

Macelle Khouri Santos

**UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO:
Análise da Representação do Jornalismo no
Cinema Hollywoodiano, de 1930 a 2000**

MESTRADO EM JORNALISMO

**FLORIANÓPOLIS
2009**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
UFSC**

Macelle Khouri Santos

**UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO:
Análise da Representação do Jornalismo no
Cinema Hollywoodiano, de 1930 a 2000**

MESTRADO EM JORNALISMO

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Universidade Federal de Santa Catarina, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco José Castilhos Karam.

**FLORIANÓPOLIS
2009**

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da
Universidade Federal de Santa Catarina

S237o Santos, Macelle Khouri

Um olhar sobre o jornalismo [dissertação] : análise da representação do jornalismo no cinema hollywoodiano de 1930 a 2000 / Macelle Khouri Santos ; orientador, Francisco José Castilhos Karam. - Florianópolis, SC, 2009.

212 f. il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Cinema. 3. Ética. 4. Estereótipos. 5. Comentário público. I. Karam, Francisco José Castilhos. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

CDU 07.01

Macelle Khouri Santos

**UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO:
Análise da Representação do Jornalismo no
Cinema Hollywoodiano, de 1930 a 2000**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Eduardo Meditsch
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Aprovado pela Banca Examinadora em 17 de agosto de 2009.

Banca Examinadora

Professor Doutor Francisco Castilhos Karam (Orientador) – UFSC

Professor Doutor Jorge Kanehide Ijuim – UFSC

Professora Doutora Christa Berger – Unisinos

Para Lafayette,
porque o verdadeiro amor está além do próprio gesto.

AGRADECIMENTOS

Os percursos da vida são trilhados na companhia daqueles que acreditam que o caminho da evolução humana está no partilhar dos saberes e das vivências. Por isso, ao final de mais uma etapa, quero deixar registrado os meus sinceros agradecimentos a todos aqueles que fazem parte dessa vitória.

À Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), pela oportunidade.

Ao professor Francisco Karam, pela generosidade, compreensão e por acreditar que esse trabalho era possível.

Aos professores Eduardo Meditsch, Elias Machado e Gislene Silva, pelo apoio e incentivo.

À amiga Melina, por todo afeto e companheirismo.

À amiga Juliana, com que partilhei as primeiras alegrias e dificuldades do mestrado.

Aos colegas Felipe, Vívian, Munaro, Ben-Hur, pelo apoio que me possibilitou permanecer em Florianópolis.

À Luciane, pelo carinho e pela força; e Evandro, pelos artigos e materiais tão úteis para essa pesquisa.

À Sônia e José Luís, pela acolhida amiga durante a minha estadia em Florianópolis.

À UNEB, e aos meus alunos, pela compreensão da minha ausência.

À família Janela, pela torcida e pelo carinho.

À Milene, pelas valiosas lições nessa trajetória pelo cinema.

À Raquel, pelos livros, conselhos e correções; pela amizade e carinho constantes.

À amiga Grazielle, pela compreensão das horas roubadas de nossa preciosa convivência.

Aos primos Odete, Paulinho e Georges, pelo apoio e carinho.

Às queridas Dinda, Dazinha e Tia Lena, pelo incentivo, afeto e carinho constantes.

À amiga e irmã Cristiane, pelo amor de sempre, pelo apoio, incentivo e acolhida; à Beto, pelo carinho; e à pequena Bia, pelo teclado da Moranguinho.

Aos meus amados irmãos, Luiza, Glaydson, Mauricio e Ana Maria, pela compreensão, força e confiança que sempre depositaram em mim, e um agradecimento especial à Gueu, pelas preciosas palavras em momentos tão difíceis.

À minha querida mãe, Celeste, pela paciência e pelo amor incondicional.

Ao Divino Mestre, pela luz, proteção e fortaleza em todos os momentos.

Macelle Khouri Santos

UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO
Análise da Representação do Jornalismo no Cinema
Hollywoodiano, de 1930 a 2000

RESUMO

Este trabalho objetiva demonstrar como o cinema hollywoodiano, produzido entre 1930 e 2000, representa o jornalismo. Para tanto, foram escolhidos, como objeto de análise, 14 filmes sobre jornalismo, a saber: *Aconteceu Naquela Noite*, *Fúria*, *Adorável Vagabundo*, *Cidadão Kane*, *A Montanha dos Sete Abutres*, *A Embriaguez do Sucesso*, *O Homem que Matou o Facínora*, *Paixões que Alucinam*, *A Primeira Página*, *Rede de Intrigas*, *Ausência de Malícia*, *Sob Fogo Cerrado*, *O Quarto Poder*, *O Informante*; e como referencial para a análise, quatro pressupostos teóricos: as transformações de ordem tecnológica pelas quais passou o jornalismo, baseada na relação que Carlos Eduardo Franciscato constrói entre jornalismo e história social do tempo; a teoria do comentário público, de Lorenzo Gomis; as questões éticas, de acordo com a visão de Francisco Karam; e a abordagem de Walter Lippmann sobre estereótipos. Utilizando como metodologia de pesquisa a análise de conteúdo, foi possível tomar os filmes como referência ilustrativa das teorias em questão, para identificar e analisar como fundamentos do jornalismo são representados pelo cinema americano do século XX.

PALAVRAS-CHAVE: Fundamentos do Jornalismo, Cinema, Ética, Comentário Público, Estereótipos.

Macelle Khouri Santos

A VIEW UPON JOURNALISM

Analysis of the journalism's representation in the Hollywood cinema from 1930 to 2000

ABSTRACT

This work aims to demonstrate how the Hollywood cinema, produced between 1930 and 2000, represents the journalism. For that, 14 movies about journalism were picked as analysis object, they are: *It happened on Night, Fury, Meet John Doe, Citizen Kane, The Big Carnival, The Sweet Smell of Success, The Man Who Shot Liberty Valance, Shot Corridor, The Front Page, Network, Absence of Malice, Under Fire, Mad City, The Insider*; and as reference to the analysis, four theoretical supports: the transformation of technological order through which the journalism passed, based on the relation that Carlos Eduardo Franciscato establishes between journalism and social history of the time; the theory of the public commentary, by Lorenzo Gomis; the ethical matters, according to Francisco Karam's view; Walter Lippman's approach about the concept of stereotype. Using as research methodology the content analysis, it was possible to take the movies as illustrative reference of the theories in question, to identify and analyze how journalism foundations are represented by the American cinema of the 21st century.

KEYWORDS: Journalism foundations, Cinema, Ethic, Public Commentary, Stereotypes.

SUMÁRIO

Introdução	17
Capítulo 1 – Cinema e Jornalismo: algumas aproximações	24
1.1 O jornalismo cinematográfico	24
1.2. O Jornalismo na ficção	30
1.3 A narrativa cinematográfica	34
1.4 A narrativa jornalística	40
1.5 Aproximações narrativas	45
Capítulo 2 – O Jornalismo na tela do tempo	48
2.1 O império dos jornais	48
2.2 A era do som e da imagem	59
2.3 Relações temporais: O jornalismo e o presente	62
2.4 Nuances do jornalismo no cinema	67
2.5 Representação e complexidade	71
Capítulo 3 – A notícia que vende mais	73
3.1 Presente social de referência	75
3.2 Comentário público: a essência da teoria	77
3.3 Critérios de seleção	82
3.4 A força do comentário público	86
3.5 A manipulação dos fatos	92

3.6 O espetáculo midiático	98
3.7 Comentário público e as narrativas cinematográficas	105
Capítulo 4 – Matizes da ética jornalística no cinema	110
4.1 <i>Se non e vero, e bem trovato</i>	114
4.2 A ética e o ‘poder’ do jornalista	120
4.3 A ética entre o dever e a paixão	125
4.4 Matizes da ética jornalística no cinema	131
4.4.1 A busca inconseqüente pela notícia	131
4.4.2 Ética e fontes de informação	136
4.4.3 Ética e constrangimentos organizacionais	143
4.5 Verdade, responsabilidade e liberdade: Matizes da ética jornalística no cinema	155
Capítulo 5 – O jornalista no cinema	158
5.1 Os sistemas de estereótipos	159
5.2 Cinema e estereótipos	162
5.3 O jornalista na tela do cinema	163
5.3.1 A vocação jornalística	165
5.3.2 As marcas do personagem	170
5.3.3 A personagem feminina	172
5.3.4 Os requisitos de ação e coragem	174
5.4. As faces do espetáculo	174

5.5 Nem herói, nem vilão. Simplesmente jornalista	179
Considerações Finais	183
Referências Bibliográficas	186
Referências Filmográficas	195
Anexos	197
<i>Aconteceu Naquela Noite</i>	199
<i>Fúria</i>	200
<i>Adorável Vagabundo</i>	201
<i>Cidadão Kane</i>	202
<i>A Montanha dos Sete Abutres</i>	203
<i>A Embriaguez do Sucesso</i>	204
<i>O Homem que Matou o Facínora</i>	205
<i>Paixões que Alucinam</i>	206
<i>A Primeira Página</i>	207
<i>Rede de Intrigas</i>	208
<i>Ausência de Malícia</i>	209
<i>Sob Fogo Cerrado</i>	210
<i>O Quarto Poder</i>	211
<i>O Informante</i>	212

INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada ao longo desse trabalho tem por objetivo tecer uma análise sobre a representação que o cinema hollywoodiano, produzido entre 1930 e 2000, faz do jornalismo. Os filmes escolhidos para a análise apresentam um panorama diverso e significativo do jornalismo, enquanto instituição, e do jornalista, enquanto profissional da imprensa. As películas permitem visualizar mudanças no percurso evolutivo e refletir sobre questões inerentes ao fazer jornalístico. Mesmo naquelas em que o jornalismo apenas pontua a narrativa, não sendo o cerne do enredo, podem ser identificadas questões inerentes à prática jornalística, que possibilitam reflexões igualmente importantes.

O objetivo geral do trabalho foi analisar essa representação com o intuito de perceber como essa cinematografia apresenta um panorama das transformações mais significativas pelas quais passou o jornalismo, entre os séculos XIX e XX, e de avaliar qual a dimensão que o comentário público tem no contexto das narrativas. Buscamos também identificar e analisar os problemas éticos da profissão mostrados através dos enredos, e avaliar os estereótipos do profissional do jornalismo que se fazem presentes nos filmes.

A pesquisa desenvolveu-se a partir de uma análise teórica, fundamentada em quatro pressupostos do campo do jornalismo, tomando os filmes como referência ilustrativa das teorias em questão. É nesse sentido que reside a relevância desse trabalho, uma vez que ele tem como prioridade trabalhar as teorias do jornalismo, com vistas a contribuir com esse campo do conhecimento. Os filmes escolhidos, bem como as suas temáticas, constituem-se como um excelente material para estudos de análise fílmica, e, por isso, alguns deles (e vários outros) já foram objetos de trabalhos com esse foco. No entanto, diante do contexto atual, em que se busca aprimorar as pesquisas na área do jornalismo, com o objetivo de consolidar esse campo do conhecimento, faz-se necessário desenvolver estudos que abordem o jornalismo a partir de diversos ângulos de análise teórica, estabelecendo, sobretudo, uma relação com outras disciplinas e campos do conhecimento.

A interface entre o jornalismo e o cinema apresenta-se, portanto, como um espaço relevante para pesquisa, tanto pelas afinidades eletivas existentes entre as narrativas jornalística e cinematográfica, a partir da relação que ambas estabelecem com a realidade, ao reconstruí-la e representá-la, como pela representatividade

que os filmes sobre jornalismo têm na construção de um imaginário coletivo sobre o profissional e o cotidiano da profissão.

Mas a opção por debruçar o olhar sobre essa interface vem de um percurso iniciado ainda na graduação, sobre o qual fazemos um breve relato nessa introdução, destacando dois momentos significativos dessa trajetória que nos levou aos elementos constitutivos dessa dissertação.

A nossa relação com o cinema tornou-se mais estreita ao longo do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Uesb, entre os anos de 1998 e 2002. Foi nesse universo acadêmico que encontramos o *Projeto de Extensão Janela Indiscreta Cine-Vídeo Uesb*, que desde 1992, realiza atividades relacionadas ao cinema como um todo, desde sessões comentadas a mostras, seminários, cursos e oficinas. A frequência às sessões semanais e a participação nas atividades promovidas pelo projeto, não nos levaram somente a ver o cinema sob uma nova perspectiva, mas influenciaram decisivamente o nosso percurso acadêmico e profissional, que passou a ser permeado, conjuntamente, por atividades voltadas para o jornalismo e para o cinema.

A primeira experiência relevante, nesse sentido, foi fazer uma revista que falasse de cinema, como trabalho de conclusão da graduação. Ao lado de mais três colegas¹, dedicamos os anos de 2001 e 2002 a pesquisar a forte relação que a cidade de Vitória da Conquista, terra natal do cineasta Glauber Rocha, sempre estabeleceu com o cinema. Dois anos de um cuidadoso levantamento de fontes orais, escritas e imagéticas resultaram na *Revista Moviola – Uma sessão de cinema em Conquista*, que resgata 90 anos dessa história tão peculiar. A reunião de informações históricas contidas na *Moviola* faz dela um documento referencial, já que não há, até o momento, nenhum outro material que disponibilize todas essas informações em um único suporte.

Num momento posterior, a docência no Curso de Comunicação da Uesb, entre os anos de 2005 e 2007, tornou latente a busca pelo aprofundamento teórico no campo do jornalismo. O Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

¹ Não podemos deixar de mencionar aqui os nomes de Raquel Costa, Paulo Pereira e Ronny Lima, com quem partilhamos as primeiras vivências dessa relação assim como todo o percurso da graduação. Merece destaque também o incentivo e companheirismo de Milene Gusmão, coordenadora do Janela Indiscreta e pesquisadora da área de cinema, que nos acompanhou durante todo o processo de pesquisa e elaboração do referido trabalho, e com quem continuamos a partilhar atividades e estudos relacionados ao cinema.

apresentou-se, então, como uma nova possibilidade de desenvolver uma pesquisa que atuasse na interface entre jornalismo e o cinema, sob a orientação do professor Francisco José Karam.

A idéia da pesquisa apresentada ao longo das próximas páginas tem origem nas inquietações surgidas da execução do *Projeto de Extensão Jornalismo no Cinema*, realizado durante o magistério na Uesb. Desenvolvido em parceria com o professor Anaelson Leandro, entre os anos de 2006 e 2007, o projeto exibiu 25 filmes sobre jornalismo, com o objetivo de promover reflexões sobre a prática jornalística, formação ética e liberdade de expressão. As sessões comentadas abriram espaço para os alunos exporem suas expectativas, dúvidas e indignações com relação ao exercício da profissão, sobretudo no que diz respeito aos constrangimentos organizacionais tão presentes no processo de produção da notícia.

As impressões oriundas dessa experiência foram essenciais para a construção do *corpus* dessa pesquisa, desde a seleção dos filmes à escolha dos aportes teóricos.

Dentre as cinematografias mundiais, a hollywoodiana está entre as mais importantes, e o seu destaque deriva do estilo característico do filme de ficção americano, que além de representar o núcleo principal da indústria cinematográfica do país, exerce uma presença marcante na sociedade. Entre as inúmeras atividades que ganham espaço nessa significativa cinematografia, o jornalismo ocupa uma posição privilegiada, uma vez que centenas de filmes, produzidos ao longo do século XX, se dedicam a mostrar as mais diversas nuances que envolvem o complexo universo da profissão.

Partindo desse contexto, delimitou-se o objeto da pesquisa a 14 películas hollywoodianas, produzidas entre as décadas de 1930 e 1990, uma vez que as produções anteriores a esse período fazem parte do cinema mudo, e as diferenças técnicas e conceituais deste em relação ao sonoro comprometeriam a análise. Tomando dois filmes por década, a filmografia foi composta pelas seguintes películas:

Década de 1930 – Aconteceu Naquela Noite (*It Happened on Night*), Fúria (*Fury*);

écada de 1940 – Adorável Vagabundo (*Meet John Doe*), Cidadão Kane (*Citizen Kane*);

Década de 1950 – A Montanha dos Sete Abutres (*The Big Carnival*), A Embriaguez do Sucesso (*Sweet Smell of Success*);

Década de 1960 – O Homem que Matou o Facinora (*The Man Who Shot Liberty Valance*), Paixões que Alucinam (*Shot Corridor*);

Década de 1970 – A Primeira Página (*The Front Page*), Rede de Intrigas (*Network*);

Década de 1980 - Ausência de Malícia (*Absence of Malice*), Sob Fogo Cerrado (*Under Fire*);

Década de 1990 - O Quarto Poder (*Mad City*), O Informante (*The Insider*).

A seleção buscou levar em consideração filmes referenciais e películas importantes de cada período, bem como abranger diversas vertentes do exercício do jornalismo (cinema, impresso, rádio, TV, assessoria). Sendo assim, a filmografia não somente contempla momentos históricos relevantes, como apresenta as mudanças no exercício da profissão, a inserção da figura feminina nesse contexto, e os fatores inerentes ao exercício tanto do jornalismo investigativo como daquele que se volta para o sensacionalismo.

Do ponto de vista da linguagem cinematográfica, houve o cuidado de contemplar os principais gêneros da cinematografia hollywoodiana, como o *western*, o drama, a comédia e o suspense, além da estética *noir*.

Como referências centrais para a análise dos filmes, foram escolhidos quatro pressupostos teóricos do campo jornalístico: a análise das transformações de ordem tecnológica pelas quais passou o jornalismo, baseada na relação que Carlos Eduardo Franciscato constrói entre jornalismo e história social do tempo; a teoria do comentário público, de Lorenzo Gomis; as questões éticas, de acordo com a visão de Francisco José Karam; e a abordagem que Walter Lippmann faz sobre os estereótipos.

Como metodologia de pesquisa, optamos pela análise de conteúdo, uma vez que os seus requisitos de sistematicidade possibilitam a investigação do significado simbólico presente nas mensagens (JUNIOR in DUARTE; BARROS, 2006; KRIPPENDORFF, 1990). A aplicabilidade do método a pesquisas de natureza qualitativa leva em consideração a presença ou ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto delas num fragmento específico da mensagem. Nesse caso, não existe um modelo único, sendo preciso, portanto, adequar o método ao domínio e objetivo pretendidos (BARDIN, 2004).

O filme é uma forma simbólica, na qual texto e imagem confluem para a construção de representações e conceitos que geram significações e exigem uma interpretação. Estando o cinema entre os domínios possíveis da aplicação desta metodologia, optamos, portanto,

por estabelecê-la enquanto uma análise de significados. Nesse sentido, a apreciação dos filmes foi feita buscando não somente o seu sentido latente, mas, sobretudo, as questões que se colocam subjacentes à narrativa (JUNIOR in DUARTE; BARROS, 2006).

Os filmes foram, então, tomados como unidades de registro, e a definição das categorias temáticas (MINAYO, 2007) se deu a partir da associação com os pressupostos teóricos trabalhados: Evolução Tecnológica, Comentário Público, Ética Jornalística e Estereótipos. Levando-se em consideração o tamanho do *corpus* e a estrutura teórico-metodológica da pesquisa, optamos por trabalhar cada uma das categorias em capítulos específicos.

De acordo com os procedimentos técnicos inerentes à metodologia, o desenvolvimento do trabalho se deu em três etapas (JUNIOR in DUARTE; BARROS, 2006). Num primeiro momento, considerado como pré-analítico, foi feito um plano de análise, no qual foram definidas as categorias e listados os filmes que seriam observados em cada uma delas. A etapa seguinte foi dedicada à exploração do material, que consistiu numa nova assistência aos filmes para a transcrição dos diálogos, bem como na revisão de todo o referencial teórico adotado para a análise.

Feito isso, passamos para a etapa mais importante, em que nos dedicamos a analisar os filmes, buscando interpretar as narrativas, com base nos pressupostos teóricos escolhidos.

A delimitação inicial dos filmes a serem analisados à luz de cada uma das teorias sofreu alterações ao longo do percurso, uma vez que a observação mais criteriosa dos enredos nos mostrou que essa rigidez metodológica poderia comprometer os resultados da pesquisa. Os filmes, na verdade, podem ser analisados a partir de mais de uma categoria, e, no que diz respeito ao panorama evolutivo, todos eles oferecem significativas contribuições.

Optamos, então, por tomar diálogos e situações como elementos ilustrativos das questões teóricas colocadas, e destacar alguns filmes específicos para proceder a uma análise mais elaborada das demais categorias.

Para uma melhor compreensão do objeto foi necessário também estudar autores que trabalham com a narrativa cinematográfica e com a análise fílmica, bem como aqueles que analisam o cinema enquanto prática social. Como o objetivo do trabalho estava centrado na representação cinematográfica do jornalismo, decidimos tomar o campo do cinema a partir da narrativa e não da linguagem cinematográfica mais especificamente, uma vez que isso poderia inviabilizar a articulação

entre os enredos dos filmes e os pressupostos teóricos, e resultar num texto baseado, praticamente, na análise fílmica.

Com o intuito de sistematizar a visualização dos resultados deste trabalho, optamos por dividi-lo em cinco capítulos. O primeiro apresenta um pequeno panorama da relação que o jornalismo estabelece com o cinema, desde o jornalismo cinematográfico à representação feita pelos *newspaper movies*, com o objetivo de mostrar a relevância que tem essas películas para os estudos do campo do jornalismo. Como o trabalho opera na interface, fizemos uma breve exposição sobre características inerentes às narrativas jornalística e cinematográfica, e destacamos algumas afinidades eletivas existentes entre ambas.

O segundo capítulo tece um panorama das transformações, de ordem tecnológica e estrutural, pelas quais passou o jornalismo durante os séculos XIX e XX, e mostra como os filmes analisados ilustram esse percurso e reforçam a dimensão da relação que o jornalismo estabelece com a sociedade a partir da temporalidade do presente. Embora a análise tenha revelado que o cinema não antecipou essa evolução tecnológica, foi possível perceber que ele registra e resgata momentos marcantes dessa trajetória.

Partindo dessa abordagem sobre jornalismo e o tempo presente, nos dedicamos, na seqüência, a trabalhar a dimensão que o comentário público alcança no fazer jornalístico, analisando os filmes que destacam situações onde a vinculação da notícia com o seu comentário constitui o eixo principal do enredo. Confirmando a hipótese de que o cinema valoriza narrativas que destacam esse contexto, são feitas avaliações das atitudes dos jornalistas e veículos, além de inferências acerca do comportamento do público diante dos acontecimentos.

No quarto capítulo, destacamos os dilemas éticos apresentados pelos enredos dos filmes, fazendo uma análise teórica contextualizada a partir dos processos de produção da notícia nos quais eles se inserem. As relações de poder que envolvem jornalistas, veículos e fontes, especialmente no contexto do jornalismo investigativo que se apresenta sob três diferentes perspectivas, revelam que esses dilemas são condizentes com a época contextualizada pelas películas.

Finalizando o percurso, o quinto capítulo traz a análise dos estereótipos presentes nos filmes, com o objetivo de desfazer a imagem que associa o jornalista do cinema hollywoodiano aos tipos herói ou vilão. Essa dualidade deu lugar a uma abordagem mais ampla, que considera a representação cinematográfica da vocação jornalística e as relações que os personagens estabelecem com a profissão, revelando

que, na verdade, o cinema apresenta o jornalista como um profissional que tem suas atitudes marcadas pela vivência constante de conflitos.

Em virtude da formatação do trabalho, optamos por colocar a sinopse e a ficha técnica de cada um dos filmes nos anexos, mas recomendamos a leitura desse material antes da leitura do texto, para uma melhor compreensão do contexto das narrativas².

Os filmes analisados e os suportes teóricos requeridos delimitam uma perspectiva de análise, mas não a única. Muitos outros aspectos do jornalismo poderiam ter sido abordados e tantas outras películas, igualmente, tomadas como objeto. Não temos a pretensão do determinismo, apenas seguimos na trilha aberta por aqueles que enxergaram a importância de estudar a interface entre o jornalismo e o cinema, e desejamos que, assim como nós, outros também busquem auxílio em nossa pesquisa.

² As informações sobre os filmes que compõem os anexos foram retiradas dos sites: www.adorocinema.com.br; www.2001video.com.br; e também do CD que integra o livro *Jornalismo no Cinema* (2002).

CAPÍTULO 1 - CINEMA E JORNALISMO: ALGUMAS APROXIMAÇÕES

“Jornalismo e Cinema são companheiros de cama”.
Samuel Fuller

O homem do século XX não seria o mesmo se não tivesse entrado em contato com as imagens em movimento, já que a experiência do cinema marca definitivamente a nossa percepção acerca da história e da humanidade (DUARTE, 2002, p.18). Há tempos os historiadores admitem que os filmes são evidências importantes para qualquer estudo sobre os últimos cem anos, e referência obrigatória para compreender a história cultural de todo esse período (GONZÁLEZ, 2003, p.509).

Ao tomarmos como objeto de análise filmes produzidos por Hollywood no decorrer do século XX, reconhecemos a importância que o cinema desse período tem, sobretudo quando se destina à representação de atividades socialmente relevantes como o jornalismo. Uma vez que o nosso olhar debruça-se sobre essa interface, faz-se necessária a apresentação de um pequeno panorama dessa aproximação.

Portanto, iniciamos o percurso falando da produção dos jornais cinematográficos e da representação que o cinema hollywoodiano de caráter ficcional faz do jornalista e da profissão. Em seguida, fazemos uma breve explanação sobre as narrativas cinematográfica e jornalística e destacamos algumas afinidades eletivas entre ambas.

1.1 O Jornalismo Cinematográfico

O cinema surge, oficialmente, no dia 28 de dezembro de 1895, quando os irmãos Auguste e Louis Lumière, apresentaram a cem pessoas presentes no Salão *Indien* do *Grand Café*, em Paris, o filme *Sortie des Usines Lumière a Lyon*, considerada a primeira película cinematográfica do mundo (MERTEN, 2003, p.7). Nesse mesmo período, nos Estados Unidos da América, Thomas Edison já exibia, para o público, filmes cinematográficos curtos e reais, com duração de até

um minuto, através do seu cinetoscópio, conhecido como a “máquina de ver cineminha” (SKLAR, 1975, p.21)³.

Em todos os países onde o cinematógrafo chegou, a sua função era transformar cenas do cotidiano, como funcionários saindo da fábrica, pessoas andando pelas ruas e cenas familiares em filmetes. Qualquer atividade humana era motivo para produção cinematográfica e, por mais simples e corriqueiras que fossem as cenas, a sua projeção ganhava ares de espetáculo numa sociedade que começava a encontrar no cinema uma grande atividade de lazer.

A aceitação popular do invento fez com que, um ano após o seu lançamento oficial, os irmãos Lumière contratassem “Felix Mesguich para percorrer a Europa e o mundo, colhendo flagrantes de cidades, solenidades oficiais, costumes pitorescos, catástrofes e festas” (BELTRÃO, 1992, p.55). De acordo com Luiz Beltrão, essas imagens eram utilizadas como material jornalístico para os cinejornais ou jornais cinematográficos, que passaram a ser produzidos a partir de então, ficando Mesguich conhecido como o primeiro cine-repórter do mundo.

De acordo com Santiago de Pablo Contreras (1999, p.185), foram os cinejornais que marcaram o surgimento efetivo do jornalismo cinematográfico, rompendo assim com o monopólio dos veículos impressos sobre as notícias. Jorge Pedro Sousa (2008) ressalta que as primeiras reportagens filmicas registraram “acontecimentos com significativo valor-notícia”, a exemplo de atos oficiais dos governos. O autor considera como modelo original do primeiro cinejornal, o material criado em 1906, pelo empresário francês Gabriel Kaiser, que passou a fazer exibições semanais, no seu próprio cinema. As “atualidades” de Kaiser eram compostas por um grupo de pequenos filmes (entre quatro e oito películas), com aproximadamente 15 minutos de duração, que já apresentavam características do gênero jornalístico: “periodicidade, atualidade, diversidade temática, duração estandardizada”. Sousa (2008, p.78) ressalta ainda que a idéia de Kaiser inspirou o francês Pathé a criar o *Pathé Journal*, que, no seu entender, configura-se como o primeiro cinejornal. Dirigido por Albert Gaveau, o jornal cinematográfico era

³ Segundo, Manoni (2003), em 22 de abril de 1895, os irmãos Otway e Gray Latham (que dirigiam a empresa Kinetoscope Exhibition Company, uma das três empresas encarregadas de explorar a invenção de Edison), realizaram a primeira sessão norte-americana de filmes projetados com um aparelho chamado pantoptikon, para convidados e jornalistas. Com o mesmo aparelho, que passou a se chamar eidoloscópio, em 20 de maio do mesmo ano, os Latham realizaram, em Nova York, a primeira exibição pública apresentando imagens de uma luta de boxe. Mas a historiografia clássica do cinema admite como primeira sessão cinematográfica aquela realizada pelos irmãos Lumière.

reproduzido e vendido aos proprietários de salas de exibição, adicionando, assim, ao modelo de Kaiser “a difusão massiva da mensagem informativa”.

Denominados *newsreels* em inglês, *actualités* em francês, *noticieros* em espanhol e *wochenschau* em alemão, os jornais cinematográficos possuíam as seguintes características, de acordo com Peter Baechlin e Maurice Muller Strauss (*apud* BELTRÃO, 1992, p.55-56): periodicidade regular, com intervalos relativamente curtos; edição contendo vários assuntos distintos; matérias relativas, prioritariamente, aos acontecimentos do momento; e linguagem direta e objetiva.

Nos Estados Unidos, as duas primeiras empresas cinematográficas do país, a *Biograph* e a *Vitagraph*, tornaram-se especialistas na produção de cinejornais, disputando entre si a exclusividade pela divulgação dos fatos. Com edições geralmente semanais, os jornais cinematográficos traziam notícias sobre diversos lugares e acontecimentos nacionais e internacionais relevantes (BELTRÃO, 1992, p.55-56).

Outras companhias cinematográficas do país também passaram a produzir cinejornais, tanto para o mercado interno quanto para o externo. Entre 1911 e 1913, surgiram, por exemplo, o *Mutual Weekly*, o *Universal News* e o *Fox News*. O *Paramount News* é lançado em 1927, e, em 1939, o Grupo Hearst passa a produzir o *The News of Day* para a *Metro Goldwyn Mayer* (SOUSA, 2008, p.79). De acordo com Contreras (1999, p.186-187), a partir da segunda década do século XX, a saturação do mercado fez com que somente os jornais das grandes companhias cinematográficas continuassem a ser produzidos, já que a sua exibição era obrigatória nos cinemas. Nessa época, segundo o autor, 90% das salas de cinema norte-americanas projetavam cinejornais frequentemente.

Segundo Jacques Wainberg (2003, p.132), em 1914 os cinejornais eram a única mídia nos Estados Unidos que “fazia a cobertura pictórica dos eventos”, constituindo-se numa “verdadeira janela para o mundo”. Os jornais cinematográficos conquistaram rapidamente o público porque as informações visuais eram facilmente absorvidas, inclusive pelos não alfabetizados. Para Contreras (1999, p.187, tradução nossa), o jornal cinematográfico “cumpru uma importante função informativa numa época em que ir ao cinema não era somente uma das poucas opções de entretenimento popular, mas a única forma de reviver visualmente os grandes acontecimentos”. Joe Cappo (2007, p.57) relembra:

Os cinejornais foram o meio pelo qual a maior parte dos americanos realmente viu a rendição dos japoneses perante as forças aliadas a bordo do *USS Missouri* no dia 2 de setembro de 1945. É bom lembrar que só vimos a fita em preto e branco, toda granulada, dias, talvez semanas depois de o evento ter acontecido.

Foi durante a I Guerra Mundial que o prestígio do jornalismo cinematográfico se consolidou, sendo essa a época em que o cinema americano assume a liderança no mercado, superando o cinema europeu tanto em número de produções quanto do ponto de vista técnico⁴ (BELTRÃO, 1992, p.56). Nesse sentido, dois avanços contribuíram para conferir mais credibilidade aos cinejornais: o surgimento do som, que a partir de 1928, possibilitou a produção de jornais audiovisuais, e a chegada da cor, em 1935⁵. Segundo Sousa (2008, p.79), com a incorporação do som, os cinejornalistas foram reconhecidos como profissionais, e os grandes acontecimentos passaram a contar com a presença de jornalistas cinematográficos de diversos países.

O autor português enfatiza também que os regimes totalitários, como o soviético, o nazista e o fascista, souberam utilizar muito bem os recursos audiovisuais que os cinejornais ofereciam com fins de propaganda, fazendo surgir um novo modelo, denominado por Luiz Beltrão (1992, p.57) de *magazine filmado*, que era uma espécie de cinejornal mais elaborado, contendo matérias de caráter didático e interpretativo, com cerca de meia hora de duração e, muitas vezes, produzido com um tema específico.

Nos países socialistas, por exemplo, esse tipo de filme, assim como os demais veículos de informação, era utilizado como uma espécie

⁴ A I Guerra Mundial contribuiu essencialmente para uma fase de declínio do cinema europeu, que até então tinha os cineastas franceses e italianos considerados os melhores do mundo. Em contrapartida, o conflito incentivou a indústria cinematográfica norte-americana a se transformar num grande negócio. De acordo com Robert Sklar (1975, p.62-63), as exportações da indústria estadunidense subiram de “36 milhões de pés em 1915 para quase 159 milhões em 1916”, e ao final da guerra, “dizia-se que os Estados Unidos estavam produzindo, aproximadamente, 85% de todos os filmes exibidos no mundo inteiro e 98% das películas exibidas na América do Norte”.

⁵ A inspiração no jornalismo impresso fez com que muitos noticiários cinematográficos fossem divididos em seções fixas, como notícias, esporte e moda, e alguns mantinham uma seção intitulada “Primeira Página”. Além disso, os temas abordados, assim com a publicidade, seguiam o mesmo padrão da imprensa popular sensacionalista, já que o público de ambos era praticamente o mesmo (CONTRERAS, 1999, p. 191).

de palanque pelo governo. Como exemplo, Beltrão (1992, p.57) destaca uma citação da revista *Cinema Tchecoslovaco* (Praga, 1949):

O filme de informação tem uma outra função e uma responsabilidade muito maior do que o filme de atualidades dos produtores privados. Seu objetivo não é o de provocar sensações, fazer palpitar o espectador, abalar-lhe os nervos e presenteá-lo com imagens que o distraiam ou desviem sua atenção das tarefas atuais. O filme de informação tchecoslovaco é um dos numerosos instrumentos ideológicos que ajudam a edificar o estado.

Os documentários e os filmes de guerra ganharam igual importância nesse contexto. De acordo com Furhammar e Isaksson (1976, p.10-11), uma das obras de maior sucesso após a Primeira Guerra Mundial foi *The Battle of the Somme* (A Batalha do Somme), dos cineastas correspondentes de guerra J. B. McDowell e G. Malins, filmada na frente ocidental, em julho de 1916. O filme, que trazia imagens reais das batalhas, foi exibido no mês seguinte, por ordem do então Ministro da Guerra inglês, Lloyd George (*apud* FURHAMMAR; ISAKSSON, 1976, p.10-11): “Façam com que este filme atinja a todos, porque é em si mesmo um épico sobre auto-sacrifício e heroísmo. Levem os feitos de nossos bravos a todo o globo. É vosso dever”.

O documentário também encontrou lugar na Alemanha dominada por Adolph Hitler. Conhecedor profundo do poder de persuasão política dos filmes, o ministro Joseph Goebbels ordenava a produção de documentários que deviam ser exibidos da mesma forma que os filmes dramáticos. Para tanto, câmeras e cinegrafistas eram espalhados por todo o território, sobretudo nos campos de concentração, para registrar os feitos do regime nazista. Laurence Rees (1995, p.21) afirma que Hitler

[...] nunca quis que **seus** espectadores estivessem conscientes de assistirem a um trabalho projetado para influenciá-los politicamente. Esta era uma das razões porque ele gostava de filmes. Nenhum outro veículo

anterior à invenção da televisão poderia ter tido um apelo tão amplo, baseado numa aproximação não intelectual.

A abundância de informações oriunda das guerras, sobretudo a Guerra Civil Espanhola e a II Guerra Mundial, além de municarem os cinejornais e documentários, serviu, muitas vezes, como material de propaganda dos acontecimentos para o governo dos países envolvidos nos conflitos (SOUSA, 2008, p.79).

Nos Estados Unidos, o marco da produção do filme documental com caráter jornalístico foi o surgimento do *The March of Time*, no início de 1935. A produção, que, de acordo com Arthur Knight (1970, p.232-235), foi adequadamente chamada de “um novo tipo de jornalismo cinematográfico”, “dramatizava as notícias, descendo abaixo das manchetes a fim de oferecer informações ilustrativas pertinentes e opinião editorial”. Segundo o autor, embora fosse criticado por produtores americanos e europeus, criou um estilo próprio que transmitia as informações com intensidade, despertando o interesse do público. *The March of Time* teve como progenitor a revista *Time* e serviu de modelo para muitos filmes de curta-metragem produzidos, entre 1940 e 1941, pelos estúdios hollywoodianos, a pedido do governo, com o objetivo de recrutarem civis e também preparar o povo para a II Guerra Mundial.

Durante o conflito, dois tipos de filmes se tornaram marcantes. O primeiro, denominado de documentário editado, unia cenas de jornais cinematográficos, de películas filmadas durante combates e de filmes de enredo, e tinha por objetivo criar um panorama dos fatos que levaram à guerra, como também abordar os problemas em questão. O exemplo mais marcante foi a série *Why We Fighth*, dirigida por Frank Capra, entre 1943 e 1945. O outro estilo pode ser ilustrado por três películas de 1944: *San Pietro*, dirigida por Huston, *Memphis Belle*, de Wyler, e *Battle of Midway*, do diretor John Ford. Para Knight (1970, p.236), esses filmes podem ser considerados “obras-primas de reportagem na própria cena dos fatos, uma combinação de poderosas imagens e profundos comentários, vistos por todos os americanos, uniformizados ou não”.

Santiago Alvarez (1980, p.165, tradução nossa), diretor do *Cinejornal ICAIC Latinoamericano*, em seu artigo *La noticia a través del cine*, enfatizou que um cinejornal devia presentear o público “com tudo aquilo que nem a imprensa, nem o rádio e nem a televisão podem oferecer, devido às suas características”. Uma notícia, segundo ele,

devia “ser filmada para o cinema sob uma ótica audaz, constantemente renovada”. O poder de persuasão exercido pela imagem cinematográfica aliada à necessidade de filmar acontecimentos reais, levou, segundo Contreras (1999, p.191), estudiosos a reconhecer que as informações produzidas pelo jornalismo cinematográfico eram dotadas de uma “autenticidade quase absoluta”. Apesar de ter a condição de produzir notícias mais elaboradas, o jornalismo impresso não consegue oferecer ao público a possibilidade de comprovação da autenticidade dos fatos, que é possibilitada ao espectador por meio da visualização das imagens em movimento.

Essa relação com o espectador foi um dos fatores que contribuíram para que a indústria de cinejornais se mantivesse firme até a década de 1970, com exibição das edições antes dos filmes nas sessões de cinema. A partir de então, começaram, gradualmente, a desaparecer, em decorrência da popularização dos telejornais, findando-se a produção na década seguinte.

Mas, de acordo com Sousa (2008, p.79), os cinejornais ainda se fazem presentes: “Se, em certo sentido, pode-se dizer que o cinejornalismo morreu (com exceção dos documentários que pontualmente passam nos cinemas), em outro sentido pode-se dizer que ele permanece vivo no telejornalismo atual”⁶.

1.2 O Jornalismo na Ficção

A aproximação do cinema com o jornalismo não se deu apenas no campo da produção de cinejornais e documentários. Como ressalta Stella Senra (1996, p.87), “historicamente, coube à ficção, como desdobramento mais popular entre as diferentes formas assumidas pelo filme, o estabelecimento de um padrão de convívio mais íntimo e prolongado entre cinema e jornalismo”.

A relação entre jornalismo e o cinema ficcional vem desde o início do século XX, mais precisamente 1909, quando foi lançado, nos Estados Unidos, o filme *The power of the Press*, produzido pela Vitagraph e dirigido por Van Dyke Brook. Desde então, os *newspaper*

⁶ De acordo com Jorge Pedro Sousa (2008, p.79), a organização das redações televisivas se inspirou nas redações dos jornais cinematográficos, que entre outras características, dividia-se em duas equipes: “os repórteres de imagem e realizadores, que captavam e editavam as imagens, e a dos redatores, que escreviam o texto em *off* e sonorizavam as reportagens”.

movies ou filmes sobre jornalismo, como ficaram conhecidos, se tornaram freqüentes. Dos 785 filmes identificados no livro *Jornalismo no Cinema*, organizado por Christa Berger (2002a)⁷, 536 foram produzidos nos Estados Unidos; 44 no Brasil; 33 na Inglaterra; 27 na Itália; e 19 na França. Esses dados atestam a importância dada pela cinematografia norte-americana à figura do jornalista que, “perseguido criminosos ou manipulando fatos”, está presente, “imprimindo sua marca – de investigador, de aventureiro, de destemido e solitário lutador – correndo riscos para realizar sua profissão/missão” (BERGER, 2002a, p.9).

A representação do jornalismo e do jornalista não está restrita ao cinema, mas, de acordo com Senra (1997, p.13), a capacidade peculiar que a narrativa cinematográfica tem de criar imagens com existência autônoma e de poder registrar, reproduzir e conservar, “confere a esta forma de representação um poder inusitado: o de gerar e manter vivas todas as suas construções até mesmo aquelas cuja correspondência com as figuras da prática cotidiana o tempo já se encarregou de anular”.

No que diz respeito especificamente a essa relação entre cinema norte-americano e jornalismo, é importante ressaltar a relevância da arte cinematográfica para os Estados Unidos. Segundo Maria Rita Kehl, (1996, p.107) “o cinema está para a cultura americana como a Igreja Católica está para os italianos”. A autora enfatiza que o cinema, para esse país, tem uma função civilizatória: “narrar e atualizar o mito da América para os americanos, estabelecer uma ética, uma linguagem, uma geografia imaginária”, e uma função expansionista: “situar a América numa posição de destaque junto ao resto do mundo, alargar fronteiras culturais”.

E se “um filme não vale apenas pelo que ele ilustra, representa ou testemunha, mas também pelo que ele aporta como conhecimento sócio-histórico, pelas hipóteses e abordagens que ele corrobora ou promove” (NÓVOA, 2005, p.80), pode-se dizer que o cinema de Hollywood criou os *newspaper movies* com o objetivo de representar a profissão e os acontecimentos do cotidiano jornalístico (NOGUEIRA, 2003, p.24). As narrativas, em sua maioria, clássicas e lineares, buscam reconstruir a relação do jornalista com a notícia e com a sociedade.

⁷ Esses dados são resultados da pesquisa “O Ofício do Jornalista: da sala de redação à tela do cinema”, realizada entre os anos de 1998 e 2000, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, com financiamento do CNPQ.

José Luis Sánchez Noriega, em seu *Diccionario temático del cine* (2004, p.404-406, tradução nossa), enumera as abordagens mais frequentes desses filmes, destacando que grande parte das películas sobre jornalismo são dramas de denúncia social, e que há uma preferência por enredos que abordam o poder e a corrupção política. O autor enfatiza ainda que alguns filmes “refletem o desenvolvimento da profissão – em todas as suas especialidades, desde o diretor até o comentarista esportivo ou enviado especial – e destaca as implicações pessoais que os conflitos públicos ou esse exercício profissional geram para o jornalista”. Além de apresentar o profissional como um investigador, muitas películas também

[...] denunciam os mecanismos de manipulação da opinião pública, os interesses políticos da imprensa, o sensacionalismo e o amarelismo⁸ como recursos para aumentar a tiragem, o estrelato midiático ou a ambição de poder e, em geral, os comportamentos pouco éticos no exercício da profissão.

José María López Carrilo e José María Peredo Pombo (2003, p.769), ao destacarem a importância dada pelo cinema hollywoodiano ao jornalismo e aos acontecimentos a ele relacionados, ressaltam que a liberdade de imprensa, um dos pilares básicos da constituição do país, se apresenta nos filmes em todas as suas dimensões, desde a força que o jornalismo teve para derrubar dirigentes, como o presidente Richard Nixon (*Todos os Homens do Presidente*) à imprensa sensacionalista de Randolph Hearst (*Cidadão Kane*), bem como a manipulação dos fatos e a falta de ética dos jornalistas, tema mais recorrente nas películas.

Todas essas representações contribuíram, e ainda contribuem, para a criação de mitos acerca do exercício da profissão e de estereótipos para o profissional de imprensa. De acordo com Loren Ghiglione (1990, p.99), os filmes hollywoodianos espelham a imprensa e, por isso, servem para refletir sobre o universo do jornalismo nos Estados Unidos, embora, muitas vezes, criem mitos equivocados sobre a profissão. Mitos, que por sua vez, são aceitos pela sociedade como

⁸ A expressão *amarelismo* refere-se à chamada Imprensa Amarela, termo utilizado nos Estados Unidos e, em alguns países da Europa, para denominar as práticas jornalísticas de caráter antiético. No Brasil, essa prática é denominada de Imprensa Marrom.

retratos verdadeiros do profissional da imprensa Nesse sentido, Geraldinho Vieira (1991, p.12) afirma que a ficção “coloriu uma profissão onde o dia-a-dia é uma maravilhosa aventura no combate aos males sociais e na procura da verdade, onde as portas parecem abertas a toda sorte de liberdade, da manipulação da realidade ao acesso e divulgação da informação”.

Levando-se em consideração a hegemonia e superioridade técnica do cinema hollywoodiano, que possibilita aos seus produtores e diretores “criar mundos à imagem e semelhança de sua imaginação” (KEHL, 1996, p.110), pode-se, então, afirmar que a representação do jornalismo no cinema leva o público a compreender o poder de influência dos jornalistas e sua posição estratégica na sociedade.

Nesse universo, portanto, tem destaque o repórter, considerado, por Isabel Travancas (2001, p.3), “figura paradigmática do jornalismo”. O jornalista emerge com mais ênfase no cinema norte-americano a partir dos anos 1920⁹, quando as películas ainda eram mudas, mas é a partir da década seguinte que esta personagem passa a ocupar lugar de destaque nos filmes. De acordo com Bérnard da Costa (1993 *apud* Berger, 2002, p.16-17) essa representação presente nos filmes hollywoodianos é tão marcante que chegamos a confundir a imagem do jornalista profissional com a representação que os filmes oferecem dele, a ponto de

[...] quando ouvimos Hearst traduzimos Kane, quando pensamos em Watergate vemos *All the President's Men*, quando falamos em correspondente de guerra figuramos Jonh Malkovich (*The Killing Fields*) ou James Woods (*Salvador*) e *The Big Carnival* ou *Absense of Malice* são argumentos invariavelmente utilizados por quem sustenta que “eles” só dizem mentiras ou só querem vender papel, como *Mr. Smith Goes to Washington* e *The Man Who Shot Liberty Valance* foram utilizados para nos convencer que o poder da imprensa é o poder da verdade e que a liberdade dela é a nossa liberdade.

Essas películas vêm possibilitando ao cinema, desde o início

⁹ O marco da temática sobre o jornalismo no cinema hollywoodiano é dado em 1928, com o filme de Frank Capra, também intitulado de *The Power off the Press*, que teve o título traduzido para *Mocidade Audaciosa*, (BERGER, 2002a, p.16).

do século XX, tratar de questões intrinsecamente relacionadas ao profissional e ao cotidiano da profissão, uma vez que a estrutura narrativa consiste, geralmente, em mostrar as ações do repórter para desvendar os fatos; prioriza, enquanto configurações espaciais, a redação e o local dos acontecimentos; e o seu desfecho está associado, frequentemente, à revelação da “verdade” pelo jornalista (SENRA, 1997, p.41).

1.3 A narrativa cinematográfica

A narratividade configura-se como um meio social de expressão e revelação da realidade e estabelece uma relação direta com a experiência cultural. Desde as narrativas mitológicas à narração bíblica, passando por todas as formas artísticas narráveis, o mundo é contado e recontado por meio de histórias. Como ressaltam David Bordwell e Kristin Thompson (1995, p.64), a narração é, certamente, fundamental para a compreensão da nossa existência.

O cinema se destaca, nesse contexto, por desempenhar o papel de grande matriz moderna da cultura (MOSCARIELLO, 1995, p. 7) e pode ser concebido, na visão de Marc Vernet (1995, p.98), como o veículo por meio do qual a sociedade se auto-representa. Para o autor, é a capacidade que esse veículo tem para “reproduzir sistemas de representação ou articulações sociais” que dá a ele o crédito de substituto “das grandes narrativas míticas”.

O cinema foi visto, inicialmente, como um mero reproduzidor da realidade, mas, ao longo do seu percurso, obteve o reconhecimento enquanto linguagem artística e passou a ser compreendido como um meio que reconstrói a realidade de maneira original e peculiar. E, embora não tenha sido concebido como um instrumento para contar histórias, ele tem em si uma peculiar capacidade de transformação daquilo que é por ele registrado. Para Ângelo MoscarIELLO (1995, p.7), o diferencial do cinema está na sua capacidade de recriação da realidade, pois,

[...] ao contrário da prática televisiva, que se limita a reproduzir sentidos previamente organizados, o filme é dotado de uma capacidade significativa que lhe permite recriar a realidade

sob a forma de uma linguagem recorrendo a uma série de processos de re-elaboração poética que o transformam num gênero técnico-formal mais virado para a “expressão” que para a “comunicação”.

Nesse sentido, o filme de ficção ganha destaque, já que sua principal característica é contar uma história, representar algo imaginário. Vernet (1995, p.98-100) explica que o filme ficcional consiste em uma dupla representação: “o cenário e os atores representam uma situação, que é a ficção, a história contada, e o próprio filme representa, na forma de imagens justapostas, essa primeira representação”. Embora reconheça que uma película ficcional pode ser duplamente irreal, o autor ressalta que essas representações cinematográficas referem-se à sociedade, e, por isso, essas películas, na busca dessa aproximação com a realidade, costumam escolher como tema épocas históricas e questões atuais sobre as quais já existe um consenso, com o objetivo de tornar a ficção verossímil.

A verossimilhança é um traço marcante da narrativa cinematográfica ficcional e diz respeito não somente à lógica interna da história contada, mas também se refere à relação que esse texto estabelece com outros textos e com o senso comum (VERNET, 1995, p.141). Por isso, o importante, no cinema, não é fazer ver as coisas, “mas *dar uma idéia* dessas mesmas coisas”, sendo mais fácil conferir credibilidade a uma cena fictícia do que a uma verdadeira (MOSCARIELLO, 1995, p.12, grifo do autor).

A apreensão da representação cinematográfica decorre, no entanto, do fato de a imagem filmica ser bidimensional e delimitada por um quadro. O espectador, ao se deparar com essa imagem plana e limitada, faz uma analogia com o espaço real em que vive e a intensidade com que essa analogia é vivenciada suscita uma *impressão de realidade* peculiar ao cinema (AUMONT, 1995, p.20-21, grifo do autor), que é sentida pelo espectador, em primeiro lugar, pela “*riqueza perceptiva* dos materiais filmicos, da imagem e do som” (VERNET, 1995, p.148, grifo do autor). Assim, “a banda sonora deverá tornar *mais complexa* a banda visual; a cor deverá conotar a imagem em sentido psicológico ou crítico; a cenografia deverá transformar-se ela própria em personagem da narrativa” (MOSCARIELLO, 1995, p. 46, grifo do autor). Os planos, ângulos e enquadramentos, bem como as cores e recursos de iluminação, conferem, portanto, sentidos às imagens, da

mesma forma que a ordenação das cenas e seqüências re-significam a história contada.

Outro elemento essencial para conferir verossimilhança às imagens cinematográficas é a ilusão de movimento. A lógica temporal das ações exibidas se constitui componente essencial da linguagem em movimento, conferindo intenso realismo ao que está sendo representado (VILCHES, 1999, p.88).

A credibilidade do filme de ficção está associada também a uma lógica discursiva, elaborada e construída pelos seus realizadores, e que se apresenta sob a forma da narrativa cinematográfica. Na definição de Bordwell e Thompson (1995, p.75), a narração é o fluxo de informação da história que funciona como guia para que o espectador construa o contexto a partir do argumento. E os elementos dessa construção devem estar legivelmente organizados, apresentando uma coerência interna que encaminhe a leitura, permitindo ao espectador compreender, simultaneamente, o encadeamento da história e o da narrativa (VERNET, 1995, p. 107).

De acordo com Paolo Bertetto (1977, p.120-121, tradução nossa), a temporalidade, o encadeamento da ação e a disposição do material são os elementos perceptíveis da narração. Para ele, a essência da estrutura narrativa está “na forma do possível”, que deve ser compreendido como “o eixo da construção narrativa”. Bordwell, Staiger e Thompson (1997, p.13), por sua vez, asseguram que qualquer filme narrativo possui um sistema de lógica narrativa que depende dos acontecimentos da história e das relações causais que estabelecem entre si; um outro que diz respeito à representação do tempo cinematográfico (ordem, duração, repetição); e um terceiro que se refere à representação do espaço cinematográfico (composição, orientação).

Inúmeras são as formas e estilos narrativos, mas o cinema adotou como modelo predominante a forma narrativa conhecida como *Cinema Clássico de Hollywood*. “Clássico devido a sua ampla e longa história¹⁰; Hollywood, porque esse modelo assumiu sua configuração definitiva nos filmes de estúdio norte-americanos” (BORDWELL; THOMPSON, 1995, p.82, tradução nossa). Pode-se caracterizar o estilo

¹⁰ Segundo Gomes de Mattos (2006, p.84), o Cinema Clássico dominou Hollywood dos anos 1920 até os anos 1960, quando diretores, influenciados por importantes modificações trazidas, a partir de 1941, por Orson Welles em *Cidadão Kane*, se posicionaram contra ele. Bordwell, Staiger e Thompson (1997, p.11), por sua vez, enfatizam que o estilo clássico ainda segue vigorando nas produções hollywoodianas (e também em outras cinematografias, já que outros países o adotaram desde a sua criação) e que não seria correto demarcar a década de 1960 como o período de declínio deste modelo narrativo.

clássico de Hollywood por seus elementos e sistemas estilísticos e pelas relações estabelecidas entre eles (BORDWELL; STAIGER; THOMPSON, 1997, p.7).

Na narrativa clássica hollywoodiana, a ação surge principalmente de personagens que atuam, individualmente, como causadores dos fatos. A cadeia de ações, que, de modo geral, se baseia em situações de fundo psicológico, é a grande motivadora da narrativa, que se apresenta da maneira mais objetiva possível, concluindo seu ciclo com um resultado concreto. Ao final, normalmente, os mistérios são desvendados, os conflitos, resolvidos e o destino dos personagens, revelados (BORDWELL; THOMPSON, 1995, p.82-83).

De acordo com Gomes de Mattos (2006, p.81), este modelo também pode ser denominado de Cinema Narrativo Clássico, e seu objetivo é contar a história com clareza e coerência e, através da sutil transição de planos, criar uma ilusão de realidade. O cinema clássico “tenta fazer com que o espectador não sinta que está vendo um filme, mas sim a própria realidade”. O autor sintetiza assim a sua estrutura:

No começo da história, comumente um acontecimento rompe o equilíbrio preexistente no mundo ficcional. Acontecimentos subseqüentes tentam restaurar o *status quo* original, mas esse esforço é repetidamente frustrado, e a ordem só é restabelecida no final do filme. Entre o início e o fim de toda a ação narrativa do filme, tem lugar uma série de outras perturbações menores, seguidas por tentativas de restauração da ordem, cada cena ou seqüência recapitulando o processo mais amplo de equilíbrio, rompimento, e reequilíbrio do filme como um todo. Desta maneira, a narrativa move-se incessantemente em direção a um desfecho (seja qual for, feliz ou não).

No entender de Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (1994, p.27), as técnicas cinematográficas utilizadas por esse modelo narrativo fazem com que se obtenha uma história linear, clara e coerente, homogênea, e com forte apelo dramático:

O encadeamento das cenas e das sequências se desenvolve de acordo com uma dinâmica de causas e efeitos clara e progressiva. A narrativa centra-se, em geral, num personagem principal ou num casal (o *star system*¹¹ contribuiu para reforçar essa regra de roteiro), de “caráter” desenhado com bastante clareza, confrontado a situações de conflito. O desenvolvimento leva ao espectador as respostas às questões (e, eventualmente, enigmas) colocadas pelo filme.

E se é o texto narrativo que se encarrega da história a ser contada, é o espectador o responsável por compreender e interpretar essa história. De acordo com Vilches (1999 p.88, tradução nossa),

[...] a leitura da imagem em movimento se faz por meio do encadeamento ininterrupto do sentido através da mudança contínua de relações entre as imagens, da compreensão das totalidades perceptivas que se fazem ao longo da cadeia de sucessão de planos. E o espectador deve aceitar essa lógica de sucessão para compreender o discurso fílmico para além da história apresentada.

No que diz respeito à compreensão da imagem fílmica, Bordwell e Thompson (1995, p.65, tradução nossa) enfatizam que, quando o espectador vê um filme, ele percebe os detalhes, relembra informações e prevê os acontecimentos. Para eles,

¹¹ O *star system* pode ser definido como o sistema de astros e estrelas do cinema americano. Até 1910, o nome verdadeiro dos atores não era divulgado, nem mesmo no crédito dos filmes, até que o público começou a demonstrar a preferência por determinados atores, pedindo que fosse revelada a identidade deles. Cientes de que a presença de determinados atores no filme garantia sucesso e retorno financeiro, as companhias decidiram transformá-los em astros e estrelas. Assim, a partir de 1914, todos os produtores passaram a adotar o *star system*, fazendo campanhas publicitárias e ampla divulgação comercial dos seus astros, e também a disputar a contratação deles (GOMES DE MATTOS, *Ibidem*, p.27-28).

[...] a película condiciona umas expectativas concretas ao evocar a curiosidade, o suspense e a surpresa. O espectador também tem pressentimentos concretos sobre o resultado da ação, que podem controlar suas expectativas até o final. O desfecho cumpre a tarefa de satisfazer ou desmentir as expectativas que sugere o filme como um todo. O final também pode ativar a memória fazendo com que o espectador recorde fatos anteriores, considerando-os, possivelmente, de uma forma nova.

Nesse sentido, Graeme Turner (1997, p.69) reforça que, como os filmes não são eventos culturais autônomos, a compreensão de um filme só pode se dá por meio de uma intertextualidade. “Os filmes são produzidos e vistos dentro de um contexto social e cultural que inclui mais do que os textos de outros filmes. O cinema desempenha uma função cultural, por meio de suas narrativas, que vai além do prazer da história” (TURNER, 1997, p.69). Por isso, o cinema, enquanto prática significadora, deve ser também compreendido como prática social, pois a narrativa cinematográfica configura-se como mediadora desse processo, influenciando diretamente a experiência formativa (BERTETTO, 1977, p.134).

Por isso, as diferentes formas com que o argumento de um filme pode manipular a ordem, a duração e a frequência da história ilustram até que ponto o espectador deve participar ativamente para compreender uma película narrativa. “O argumento deixa pistas sobre a seqüência cronológica, o tempo de duração das ações e o número de vezes que se produzem os fatos, e é tarefa do espectador fazer deduções e formar expectativas” (BORDWELL; THOMPSON, 1995, p.72, tradução nossa). Bertetto (1977, p.121-123) ressalta, no entanto, que o cinema ficcional, enquanto espetáculo, implica numa atenção contínua e dinâmica do espectador, já que o seu objetivo só é alcançado na medida em que ele é capaz de envolver o espectador no desenrolar emocional da intriga, privando-o de suas possibilidades perceptivas. Isso significa que, no cinema ficcional, “o possível narrativo expressa a alternativa entre as possíveis emoções determinadas pela percepção do espectador e a alternativa entre os diferentes materiais que podem ser usados para provocar os efeitos emocionais programados” (BERTETTO, 1977, p.121-123, tradução nossa).

No caso do filme de ficção, a seqüencialidade narrativa impõe, ao espectador, etapas e desvios essenciais à compreensão do enredo (VERNET, 1995, p.125). Uma vez que a experiência do cinema traz consigo a dissolução das fronteiras entre real e imaginário, o visível e o invisível, o que é representado e sua significação tornam-se intrinsecamente relacionados, reforçando, portanto, a importância de compreender um filme a partir dos seus meandros narrativos, decifrando o sentido das imagens (MARTIN, 2003, p.27). No cinema, as imagens por si só não significam nada, “só a montagem as converte em verdade ou mentira” (MORIN, 1997, p.231). De fato, a sucessão de imagens criadas pela montagem cinematográfica produz relações novas a todo instante e a intensidade da relação de identificação que o espectador estabelece com o filme faz com que estabeleça ligações que não estão propriamente na tela. A montagem sugere, ele deduz (XAVIER, 2003, p.33).

É a busca constante pela potenciação do caráter fantástico e imaginário que faz com que o cinema ficcional continue a exercer tanto fascínio e encantamento sobre as pessoas. Moscariello (1995, p.50-51, tradução nossa) lembra que na origem da popularidade do cinema está a promessa sempre renovada de narratividade, e que, como arte narrativa, “o cinema *produz* uma ação irrepetível que se desenvolve em direção a resultados imprevisíveis”. E, por se apresentar como uma história que se conta sozinha, o filme de ficção “adquire um valor essencial: ser como a realidade, imprevisível e surpreendente” (VERNET, 1995, p.121).

1.4 A narrativa jornalística

A narração não está restrita apenas ao campo das artes. O jornalismo também se dedica ao ofício de contar histórias. Nelson Traquina (2005b, p.21) aponta os jornalistas como “modernos contadores de *estórias* da sociedade contemporânea”, que vêem os acontecimentos como histórias e constroem as notícias como narrativas de um tempo passado.

De fato, o homem sempre teve interesse em saber o que se passa a sua volta. José Marques de Melo (2003, p.15) afirma que “a essência do jornalismo está no fluxo de informações da atualidade que ocorre nas páginas dos jornais”. Essa possibilidade de troca de informações constitui-se como algo essencial para a sociabilidade, e, nesse contexto, o jornalismo destaca-se como instrumento fundamental

para viabilizar a transmissão dessas informações. É através dos jornais, sejam eles impressos, radiofônicos, televisados ou *on line*, que os homens conhecem o que está acontecendo, desde a sua comunidade mais próxima até os lugares mais longínquos do planeta, e, ao sentirem-se membros de todo esse universo, podem estabelecer, entre si, diálogos e discussões sobre a realidade que vivenciam. A imagem que se tem da realidade é, portanto, a imagem oferecida pelos meios de comunicação de massa, sobretudo através do jornalismo.

Para Luiz Beltrão (2006, p.81-82), informação é o “relato de um fato, idéia ou situação”, que, no caso do jornalismo, toma a forma de notícia, podendo ser caracterizada como a “narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo da atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem”.

O exercício do jornalismo estabelece, portanto, um recorte periódico da realidade, que, por meio das narrativas noticiosas, oferece, ao público, uma “interpretação sincrônica” deste fragmento, a imagem de um mundo “surpreendido em sua instantaneidade” a partir do que é novo em cada período a ser noticiado (GOMIS, 1991, p.39-40, tradução nossa).

No entender de Adelmo Genro Filho (1987, p.186), o jornalismo percebe e produz seus fatos de uma forma muito peculiar, já que, seguindo o “fluxo objetivo” da realidade, recorta e constrói esses fatos, segundo “determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas”. É nesse sentido que o jornalismo, ao reconstruir a realidade, cria uma concepção de mundo específica, já que, enquanto conhecimento social, sua prática “envolve um determinado ponto de vista sobre a história, sobre a sociedade e sobre a humanidade” (GENRO FILHO, 2007, p.95).

A interferência das concepções de mundo dos jornalistas na elaboração das notícias é algo natural, pois ao construírem seus textos, eles selecionam e ordenam os dados a partir de seus próprios julgamentos (LAGE, 2001, p.92). Michael Schudson (1992, p.141) destaca que a realidade não se transforma “magicamente em signos alfabéticos”. São os jornalistas que escrevem as narrativas, chamadas de notícias.

Denominar uma notícia de narrativa não se tornou, ainda, um consenso entre estudiosos da área. Traquina (2005b, p.16-19) aponta que a principal causa dessa polêmica é o fato de a narração remeter à idéia de contar histórias, que, por sua vez, remete à idéia de textos ficcionais, mas ressalta, no entanto, que “embora o paradigma das notícias como narrativa não signifique que as notícias sejam ficção,

questiona o conceito de notícias como espelho da realidade”. E retoma Gaye Tuchman para enfatizar que essa denominação serve de alerta para o fato de que “as notícias, como todos os documentos públicos, são uma realidade construída que possui sua própria vida interna”. Tuchman (1993, p.261, grifos da autora), a partir de um estudo com jornalistas, concluiu que

[...] o facto de os repórteres como profissionais terem em princípio aderido a uma norma de facticidade e objetividade pode demonstrar até que ponto o acto de contar *estórias* é um aspecto contemplativo do trabalho de um repórter e também demonstrar que a *estória* faz exigências ao repórter enquanto contador de *estórias*.

Essas exigências podem ser sintetizadas em três níveis do saber, apontados por Traquina (2005b, p.41-43, grifos do autor) a partir de um estudo realizado por Ericson, Baranek e Chan (1987): O *saber de reconhecimento*, que é a capacidade que o jornalista tem de reconhecer “quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia”, com base nos critérios de noticiabilidade; o *saber de procedimento*, que diz respeito aos “conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para elaborar as notícias”; e, por fim, o *saber de narração*, que consiste “na capacidade de compilar todas essas informações e ‘empacotá-las’ numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante”.

Nesse contexto, Lage (2001, p.149) valoriza a narrativa noticiosa, lembrando a “sua capacidade de refletir a realidade de maneira *justa* (ou verdadeira)”, vencendo as limitações que lhe são impostas “através do domínio superior da técnica e das convenções da língua”. Segundo o autor, a estrutura da comunicação social ainda sofre a influência das técnicas cinematográficas, o que o leva a afirmar que, para efeitos de estudo do jornalismo, os textos de estrutura narrativa

[...] são aqueles que se organizam a partir de seqüências de acontecimentos. Tais seqüências relacionam-se entre si temporalmente – por sucessividade, simultaneidade ou antecedência. A realidade consecutiva é detalhada no interior

da sequência e os lapsos e inversões ocorrem entre uma sequência e outra. Paralelamente ao nível da narrativa, decorre o nível das informações pertinentes a tudo que age na história.

Beltrão (2006, p.96-98), por sua vez, divide a narração jornalística em três partes: a cabeça, o corpo, e o clímax, que equivale à “alma” da informação, e explica que o corpo deve comprovar as afirmações feitas no primeiro parágrafo, para permitir que leitor compreenda melhor o acontecimento, e que

[...] cada elemento básico da cabeça pode, no corpo, novos elementos que o noticiarista vai juntando em seções independentes, mas harmônicas. Obedecendo à ordem de importância ou cronológica, de acordo com a natureza do assunto, o seu valor jornalístico, a técnica da redação, a ressonância que julga irá alcançar no espírito do público e, naturalmente, o espaço de que dispõe para atender aos leitores mais meticolosos e que dedicam mais tempo à leitura. Na redação do corpo da notícia, o jornalista goza de maior liberdade de criação, seleção e estilo, uma vez que já se desincumbiu do seu dever primordial, dando ao público a informação sumária completa.¹²

Esse “dever primordial” de que fala Beltrão (2006, p.101) refere-se à principal estrutura narrativa do texto noticioso, a pirâmide invertida, descrita por ele da seguinte forma:

É a técnica do relato dos fatos segundo a ordem decrescente de sua importância. O redator seleciona os incidentes mais substanciais para encimar a construção (cabeça); vai colocando, em seguida, outros fatos e detalhes para terminar com aqueles de menos interesse e valor. Assim, a

¹² Optamos por preservar a grafia original do texto de Luiz Beltrão.

notícia assume a forma gráfica de uma pirâmide invertida.

A “cabeça” corresponde, portanto, ao que se convencionou chamar de *lead*, e que, no contexto dessa estrutura narrativa, está encarregado de conter respostas às perguntas básicas: *quem, fez o quê, a quem, quando, onde, como, por quê e para quê*. Lage (2001, p.103) chama a atenção para o fato de que o *lead* corresponde ao relato sintético e ordenado do fato mais importante e não ao resumo de toda a notícia. Da mesma forma, Genro Filho (2007, p.102) destaca que, embora o *lead* esteja, normalmente, no começo da notícia, isso não é obrigatório, pois sendo o jornalismo uma forma social de conhecimento, cristalizado no singular,

[...] mesmo que o *lead* não esteja no começo, a construção da notícia como um todo, é da singularidade, ou seja, do específico para uma certa generalização capaz de situar o fato no tempo e na história.

Outra característica relevante da narrativa noticiosa é a objetividade do relato. O jornalismo informativo fez do modelo objetivo e comercial a sua principal forma de apresentar os fatos. De acordo com Sousa (2008, p.44), a adoção do modelo da pirâmide invertida e do *lead* como parágrafo principal do texto noticioso, associada à opção pelo relato factual e pelos procedimentos de objetividade, enquanto “elementos dos saberes e competências profissionais”, contribuíram para a “consolidação do jornalismo como profissão e para a edificação de uma cultura e uma ideologia profissionais”.

A motivação primordial pela objetividade jornalística foi de caráter estritamente comercial, mas, com o tempo, tornou-se uma exigência profissional, que determina que os jornalistas apenas apresentem os elementos dos fatos, cabendo ao leitor as interpretações. Francisco Karam (2004, p.42) ressalta, no entanto, que é preciso entender “a objetividade como algo construído subjetivamente para situar a própria escolha jornalística entre o relevante socialmente e o dispensável jornalisticamente”.

O processo de produção da narrativa noticiosa implica também, como coloca Alfredo Vizeu (2005, p.43), num trabalho de enunciação,

que opera sobre vários discursos. Para o autor, “o *discurso jornalístico* é produzido com base no concurso e do efeito daquilo que lhe *ofertam* outros códigos, isto é, outras vozes e múltiplas *polifonias* provenientes de outros campos culturais ou que deles são tomadas por empréstimo”, bem como “das *voces internas* do próprio *discurso jornalístico*”. A complexidade presente na notícia deve-se, portanto, à configuração do processo de produção jornalística.

Entretanto, se o modelo narrativo da pirâmide invertida foi concebido para informar, de maneira superficial, não propiciando ao leitor a reflexão sobre o que está sendo noticiado, (GENRO FILHO, 1987, p.190), não há como controlar as inferências feitas por esse leitor a partir do enunciado jornalístico (VIZEU, 2005, p.46).

Desse modo, podemos dizer que tão importante quanto compreender as sutilezas da narrativa cinematográfica, é entender as singularidades da narrativa jornalística, e, no contexto específico deste trabalho, pontuar algumas afinidades eletivas que existem entre ambas.

1.5 Aproximações narrativas

Na opinião de Stella Senra (1996, p.88), quando Samuel Fuller chamou cinema e jornalismo de “companheiros de cama”, o diretor e jornalista tinha em mente “o caráter afetivo da longa intimidade entre os dois meios de temperamento semelhante”. Embora, hoje, do ponto de vista da técnica, nem o cinema e nem jornalismo recorram mais aos clássicos atos de recortar e colar, a autora reforça que a afirmação de Fuller pode ser tomada para pontuar uma breve análise sobre os recursos narrativos ou de linguagem utilizados por ambos que, embora configurados para atender às necessidades e objetivos de cada um, estiveram “a serviço de uma mesma transparência de registro que assegurou, para o jornal, a afirmação de sua objetividade e, para o cinema, a insistência na verossimilhança das suas imagens”.

O jornalismo e o cinema tornaram-se, portanto, parceiros. O cinema beneficia-se da representação que faz do profissional, já que “quando se torna personagem, o jornalista tem o dom de assegurar, através da suposta justeza da sua visada, uma autenticidade que foi eleita, desde o início da história do cinema, como a maior aspiração das suas imagens” (SENRA, 1996, p.88). O jornalismo, por sua vez, se favorece da aproximação com o público que a representação cinematográfica lhe oferece. Na opinião de Berger (2002a, p.16), a

curiosidade sobre a profissão é uma das explicações para a grande produção de *newspaper movies*, já que eles revelam como se dá o processo de produção da notícia.

Essa aproximação bem sucedida deve-se ao encontro de dois estilos narrativos criados pela cultura norte-americana: a narrativa cinematográfica clássica e a narrativa jornalística mais consagrada. “Tanto o jornal quanto o cinema americano beberam no mesmo modelo narrativo que consagrou, no cinema, o padrão narrativo hollywoodiano e, no jornalismo, o modelo americano dominante na apresentação da notícia” (SENRA, 1996, p.89).

A narrativa cinematográfica está pautada em um código que determina suas estruturas e condições de percepção. Segundo Bertetto (1977, p.118, tradução nossa), “o código narrativo, em sua generalidade, qualifica a disposição dos materiais significativos e proporciona os parâmetros de reconhecimento e formalização do conjunto dos signos audiovisuais”. O marco narrativo constitui, portanto, um processo que, ao mesmo tempo, engloba e exclui uma série de significações.

De modo similar, o jornalismo, na visão de Lage (2001, p.149), também precisa de competência para saber expor e omitir os indícios dos acontecimentos na redação do texto, permitindo a sua compreensão apenas pelos mais atentos e informados. Para Traquina (2005b, p.50), essa maneira própria que os jornalistas têm de ver e se relacionar com o mundo está intrinsecamente relacionada com os saberes de reconhecimento e narração, pois envolvem “os dois poderes fundamentais do campo jornalístico: a seleção dos acontecimentos e a sua construção como notícia”.

Ambos os modelos narrativos fazem, portanto, uso das funções seletiva e organizadora, que determinam quais elementos são legítimos (escolha baseada, geralmente, numa relação de causalidade) e a maneira com que eles devem ser dispostos ao longo da narrativa. Segundo Walter Lippmann (2008, p.296), o jornalismo não é um relato imediato dos acontecimentos, mas uma versão noticiosa sobre os mesmos, o que, no entender de Genro Filho (1987, p.21), faz com que o sentido do jornal seja “a comunicação de bens imateriais de todos os tipos, desde que pertençam aos mundos presentes dos leitores, de um modo público e objetivo”. Da mesma forma, o material do diretor cinematográfico não consiste nos acontecimentos reais, mas na película na qual eles foram registrados (PUDOVKIN, 1983, p.67), pois o processo de filmagem implica uma interferência direta daquele que filma.

Se, para o espectador, o filme, por meio de uma aparência das coisas, ao mesmo tempo em que se constitui como uma ponte entre ele e

a realidade, se interpõe entre ele e essa mesma realidade (XAVIER, 2003, p.35), para o leitor, o jornalismo lhe possibilita adentrar as questões centrais do texto e, através da imaginação, abandonar-se para ingressar em outras vidas (LIPPMANN, 2008, p. 297).

Nesse sentido, vale destacar que tanto o cinema quanto o jornalismo reconstróem a realidade e contribuem para criar a imagem que se tem dessa mesma realidade. Como também fazem parte dela, o recorte que nos é apresentado por ambos os produtos é resultado das leituras feitas por seus produtores, os quais reconstróem essa realidade com menor (jornalismo) ou maior (cinema) interferência dos seus pontos de vista. E ao leitor/espectador cabe a interpretação desses recortes, a partir da sua interação com a própria realidade (AYRES; KHOURI, 2008, p.17).

Pode-se dizer, portanto que, se, ao longo do século XX, o jornalismo e o cinema se afirmaram como grandes meios de comunicação de massa, as relações de proximidade estabelecidas entre ambos permitiram que eles compartilhassem “a responsabilidade de dar a conhecer o mundo (o jornalismo) e as representações sobre ele (o cinema)” (BERGER, 2002a, p.37).

E é sobre a representação que o cinema de Hollywood fez do jornalismo, e do seu profissional, ao longo desse século, que passaremos a falar nos capítulos seguintes, analisando as narrativas à luz de pressupostos teóricos.

CAPÍTULO 2 – O JORNALISMO NA TELA DO TEMPO

*“É na cena presentificada que marcamos ou obstruímos
as digitais de nossa aliança com o mundo”.*
Cremilda Medina

O jornalista freqüenta as telas do cinema desde o início do século XX, e a sobrevivência de uma personagem por um período tão extenso, reflete tanto o interesse do público por esse tipo de filme quanto a adequação do contexto jornalístico à representação cinematográfica. Essa representação contínua da profissão, pelo cinema hollywoodiano, trouxe para as telas uma amostra do percurso evolutivo da imprensa norte-americana e das transformações que afetaram diretamente o profissional do jornalismo ao longo do século.

O objetivo deste capítulo é tecer um panorama da evolução tecnológica pela qual passou o jornalismo durante o século XX, mostrando como ela é apresentada pela cinematografia norte-americana, tomando com referência teórica central a obra *A Fabricação do Presente – Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. A representação desse processo pelos *newspaper movies* hollywoodianos pode ser percebida a partir de três efeitos enumerados pelo autor, de Carlos Eduardo Franciscato (1995, p.38-39): os da tecnologia sobre “a transmissão de conteúdos jornalísticos”; aqueles que incidem sobre “os modos de produção da notícia enquanto uma organização complexa e multifuncional”; e os que atingem diretamente “as capacidades, habilidades e possibilidades do jornalista em manejar esta tecnologia no seu cotidiano”.

Da mesma forma que a abordagem do autor brasileiro não segue uma perspectiva linear e cronológica dessas transformações, os filmes também não são tomados numa ordem cronológica de produção, década a década. A análise é fruto de um exercício de observação e articulação entre época, contexto evolutivo e representação cinematográfica.

2.1 O império dos jornais

Partindo de uma análise historiográfica, Franciscato (1995, p.38) mostra que a maneira como o jornalismo reforçou as formas da

sociedade vivenciar o presente foi sendo modificada de acordo com as sucessivas inovações tecnológicas ocorridas entres os séculos XVII e XIX. Para o autor, o desenvolvimento de novas técnicas de produção e organização sedimentou um conjunto de transformações que afetaram diretamente a maneira como as sociedades ocidentais passaram a controlar e manipular o tempo.

O reflexo dessas mudanças pode ser visto a partir de uma análise focada na evolução e transformação das atividades de cunho jornalístico. Franciscato (1995, p.44) destaca que, depois da impressão, foi o surgimento dos sistemas postais, que já funcionavam com regularidade no início do século XVII, que trouxe um avanço na transmissão das notícias: “Os jornais recebiam informações de seus correspondentes pelo correio, usualmente uma ou duas vezes por semana. Cada edição dos jornais tinha em média seis a oito cartas de correspondentes”.

Segundo ele, os correios foram a principal forma de transmissão das informações para o jornalismo até a chegada do telégrafo, em 1844, nos Estados Unidos. O recurso técnico de transmissão de informações à distância representou um avanço nas comunicações, sobretudo para a produção jornalística, já que o telégrafo não só facilitou a cobertura de eventos que ocorriam em outros lugares, como estimulou a produção de conteúdos noticiosos fragmentados. Três décadas depois, o jornalismo passou a contar com o telefone, que acelerou ainda mais o processo de produção e divulgação das notícias. Além do telefone, duas outras tecnologias também marcaram esse processo: a máquina de escrever, que permitiu a produção de textos jornalísticos legíveis, e o linotipo, que possibilitou, entre outras coisas, o aumento do número de páginas e impressão de novas edições do jornal no período da tarde.

Para Franciscato (1995, p.19), todo esse avanço tecnológico, aliado aos processos de urbanização e industrialização, levou o jornalismo a se consolidar como uma organização social, direcionada para o atendimento ao mercado “em ritmos cada vez mais acelerados, tangenciados por um padrão de periodização que garantia regularidade de oferta e constituição de hábitos de leitura e, conseqüentemente, um mercado consumidor”.

Um filme que ilustra de maneira sutil e interessante essa transformação é *O Homem que Matou o Facinora*¹³. A narrativa, que se

¹³ Segundo Gomes de Mattos (2004, p.70), esse filme recebe a classificação de *western* “crepuscular”, pois trata das mudanças no Oeste. O autor ressalta que esse tipo de película

passa na cidade de Shinbone, no Colorado, é marcada por um *flashback*¹⁴, que nos apresenta o *fundador, proprietário, redator, editor e faxineiro*¹⁵ do *Shinbone Star*, Dutton Peabody. A representação do jornal e do jornalista remete às primeiras décadas do século XIX, quando a imprensa norte-americana ainda guardava as influências do século XVIII, e assumia uma postura editorial, considerada noticiosa e política, incluindo notícias locais, informação comercial e econômica, artigos de opinião e anúncios (SOUSA, 2008, p.40).

A Estrela de Shinbone condiz com as descrições dos jornais que influenciavam o Oeste de então:

Eram pequenos, de composição manual, insignificantes publicações no seu todo. É evidente que não havia neles lugar para grandes pautas, correspondentes regulares ou colunistas fornecendo opiniões a leitores muito ocupados para formar a sua própria. Havia abundância de opiniões, naturalmente, mas a maior parte delas era contribuição dos leitores. Havia de costume uma coluna ou duas de notícias locais, impressas muitas vezes em itens dispersos, sem auxílio de títulos. Podia-se encontrar uma meia coluna de intercâmbios ou de notícias colhidas de outros jornais chegados no último correio. O material restante, exclusivo de comunicações e anúncios, era muito provavelmente desprezado pelos leitores (EMERY, 1965, p. 198).

Edwin Emery (1965, p.216) destaca que, apesar das falhas, esses pequenos jornais eram vigorosos e tinha uma participação ativa no contexto político americano das primeiras décadas do século XIX, enfatizando que a imprensa foi um instrumento essencial para a formatação do novo modelo democrático. “Os jornalistas não só

tornou-se corriqueira na década de 1960 e que *The Man who Shot Liberty Valance* é uma das duas grandes produções desse período.

¹⁴ Guido Bilharinho (2001, p.30) considera esse *flashback* “um dos mais longos, senão o mais longo *flashback* cinematográfico, equivalente àquele de 1900 (Novecento, Itália, 1976), de Bernardo Bertolucci”.

¹⁵ Optamos por destacar em itálico todas as expressões retiradas dos filmes, assim como as falas e os diálogos. Para uma melhor visualização, sobretudo dos diálogos, optamos por destacá-los sem o recuo, mantendo o tamanho da fonte utilizado nas citações.

ajudaram a cristalizar uma opinião pública responsável pela revolução, mas pela primeira vez se fizeram parte do processo. Em outras palavras, tomaram parte ativa na política sobre a qual escreviam”.

Numa seqüência ilustrativa, vemos Peabody finalizar a edição e o advogado Ransom Stoddard utilizá-la como material para as aulas de alfabetização que vem ministrando aos moradores locais, nas dependências do jornal.

Tenho aqui um ótimo texto de um jornal honesto. Este é o Shibone Star, Dutton Peabody, seu editor-chefe. Ao lê-lo, todos que aqui moram vão entender o quanto é importante votar. As manchetes dizem: “Criadores de gado lutam; pequenas fazendas ameaçadas”. Este artigo é um apelo, um apelo para que elejam alguém competente para levar sua luta...

Dutton Peabody, por sua vez, é um exemplo do jornalista pioneiro, militante do progresso, que lutava pela livre expressão do pensamento. Ao ser indicado para ser o representante político da região, ela protesta:

Sou jornalista e não político. Eu faço os políticos; os ponho lá em cima e depois os destruo, mas não poderia ser um deles. Povo de Shinbone, sou sua consciência, sua voz silenciosa que ecoa na noite. Sou seu confessor.

Alguns avanços que marcaram o século XIX, como a ascensão educacional, as melhorias nas infra-estruturas de comunicação – ferrovias, telégrafo e telefone, e a incorporação de métodos de gestão empresarial aos jornais (GONZÁLEZ, 1999, p.89), podem ser percebidos já nas primeiras cenas do filme. O agora Senador Ransom Stoddard chega de trem à *Shinbone*, na companhia de sua esposa Hallie. Ao encontrar o amigo e ex-xerife, Link Appleyland, Hallie observa: *Esse lugar mudou mesmo: Igrejas, escolas, lojas...*, ao que ele, prontamente, contesta: *Foi a estrada de ferro, o deserto continua o mesmo.*

A chegada do senador mobiliza *A Estrela de Shinbone*, agora um jornal de circulação estadual. O jovem repórter, que está na estação em busca de notícias, telefona imediatamente para a redação para avisar sobre a chegada do político e se dirige a Stoddard para lhe pedir uma entrevista, ressaltando que será despedido se não o entrevistar. Logo, o editor Maxwell Scott vem ao encontro do parlamentar e o convida para ir até a sede do jornal, já bem mais organizada e moderna. Depois de muito falar sobre política, Stoddard revela que veio à cidade apenas para

o enterro de um amigo. Vale destacar alguns trechos do diálogo¹⁶ que se segue no local do velório:

Scott – Sem querer me intrometer, mas um senador é notícia de jornal. Sou editor de um jornal estadual. Tenho o dever de saber por que veio aqui só para um enterro. Não basta dizer que o nome dele é Tom Doniphon. Quem era Tom Doniphon?

Stoddard – Um amigo, Sr. Scott, e gostaríamos que nos deixasse a sós.

Scott – Desculpe, mas isso não basta. Tenho o direito de saber.

Stoddard – Suponho que tenha mesmo. [...]

Scott – Li sobre os velhos tempos no arquivo do jornal ...

Stoddard – É jovem demais para saber. Só sabe o que aconteceu depois da ferrovia. As coisas eram muito diferentes antes.

Ao fazer o relato, Stoddard revela que o verdadeiro assassino do perigoso Liberty Valance é o amigo Tom Doniphon e não ele, como conta a história. Nesse momento, o Sr. Scott joga fora as anotações, alegando que: *No oeste, quando os fatos se tornam lenda, publica-se a lenda.*

O filme revela, portanto, essa transição vivenciada pelo jornalismo, ao longo do século XIX, mostrando que “enquanto o primeiro jornalista participa da história, o segundo descarta a história para ficar com a lenda, indicando a orientação que o jornalismo adquiriu ao optar pelo mercado” (BERGER, 2002a, p.19).

Essa orientação é característica da sociedade que emerge nesse período, centrada na democracia e no mercado (SHUDSON, 1978), mas indica, sobretudo, o desenvolvimento de um novo modelo de imprensa, que oferecia um jornal politicamente independente, sustentado pela publicidade, vendido a preços baixos, distribuído por jornalheiros e focado na notícia. Franciscato (2005, p.51-53) destaca que as inovações tecnológicas do final do século XIX e início do século XX foram fundamentais para “a constituição de alguns padrões e concepções sobre o jornalismo e para a institucionalização de algumas práticas

¹⁶ É importante justificar aqui o fato de destacarmos diálogos presentes nos filmes para efeitos de análise. As narrativas cinematográficas, embora ficcionais (ainda que baseada em fatos reais) podem ser objeto de estudo teórico, uma vez que o cinema é uma arte e como tal, tem o potencial de intensificar a realidade. As imagens e os diálogos presentes nos filmes geram um processo de identificação através do qual o espectador se projeta no contexto da história, tendo suas emoções despertadas pela intensidade das contextualizações narrativas. Sendo assim, é possível aplicar a teoria à análise do conteúdo dos filmes, e esse é o desafio a que nos propomos nessa pesquisa, cujos resultados se apresentam ao longo desse trabalho.

jornalísticas”, que contribuíram para criar um ambiente de trabalho no qual a nova ordem da velocidade estava acima de tudo.

Outro filme ilustrativo desse período é *Cidadão Kane*, que, no entender de Roger Ebert (2004, p.129), cobre desde o “nascimento dos jornais populares (tendo como modelo Joseph Pulitzer)” até o “crescimento do jornalismo de celebridade”, passando, inclusive, pelo surgimento do rádio. O cinejornal que abre o filme destaca, dentre os 70 anos de vida de Charles Foster Kane, os 54 que ele dedicou à imprensa: 1895-1941. A película, assumidamente inspirada na vida de William Randolph Hearst, ícone da imprensa amarela norte-americana, é ilustrativa das mudanças pelas quais passou a organização jornalística, entre as últimas décadas do século XIX e início do século XX, apontadas por Franciscato (2005, p.60): “crescimento da lucratividade; aumento do número de jornais e conseqüentemente da concorrência; e transformação das empresas em corporações”.

De todas as empresas que faziam parte do seu imenso patrimônio, o jovem Kane se interessou apenas em dirigir o *New York Inquirer*, um pequeno jornal adquirido por ocasião de uma hipoteca. Ao assumir o periódico matutino, ele faz mudanças drásticas, a começar pelo período de funcionamento, até então, 12 horas diárias. *As notícias acontecem 24 horas por dia*, determina Kane ao redator-chefe, Hebert Carter.

De acordo com Sousa (2008, p.54), o período que vai de 1890 a 1900 viu nascer a segunda geração da imprensa popular, ou segunda geração da *penny press*, denominada de Novo Jornalismo¹⁷ (*New Journalism*), que introduziu grandes mudanças e novos padrões na imprensa norte-americana e teve Joseph Pulitzer como um dos pioneiros. De acordo com o autor, entre as características desse Novo Jornalismo estavam: preço baixo (que variava de um a quatro centavos); linguagem acessível, mais ágil e emotiva; ênfase aos títulos, às fotografias, ao texto e ao *design*¹⁸; formato tablóide, de fácil manuseio (cerca de 45x30cm); jornalismo de investigação e denúncia; temáticas

¹⁷ Esse Novo Jornalismo não deve ser confundido com o movimento igualmente denominado, surgido na década de 1960, que se refere à prática do jornalismo literário e tem a obra *The New Journalism*, de Tom Wolfe como referência.

¹⁸ Os textos dos jornais de Pulitzer eram compostos em fontes maiores do que nos outros jornais, e a estrutura da notícia privilegiava o *lead*, com objetivo de facilitar a leitura nos transportes públicos e apreensão da informação essencial pela população trabalhadora, apressada e relativamente iletrada. Também eram utilizadas as “entradas” ou “*super-lead*”, com letras maiores e uma linguagem cativante, contendo uma sinopse da notícia. A cor passa a ser utilizada em 1880 (embora já fosse comum nas revistas), primeiramente nos títulos e tiras cômicas (SOUSA, *Ibidem*, p.54).

populares, que incluíam, além de esporte, “escândalos, sexo corrupção, miséria e exploração, julgamentos, linchamentos, execuções e crimes que cativavam a audiência”; publicidade atraente, e presença constante de entrevistas e reportagens¹⁹.

Um diálogo entre Kane e Carter revela o impacto dessas transformações:

Kane – Essa é a primeira página do Chronicle sobre a Sra. Harry Silverstone, do Brooklyn, que sumiu. Provavelmente foi morta. Por que não há nada no Inquirer, Sr. Carter?

Carter – Porque publicamos um jornal, não escândalos!

Kane – Sr. Carter, veja a manchete em três colunas do Chronicle. Por que o Inquirer não faz isso?

Carter – Porque a notícia não era importante.

Kane – Sr. Carter, se a manchete for grande, a notícia se tornará! “O assassinato da Sra. Harry!”

Carter – Não há provas disso, nem que ela esteja morta!

Kane – Ela está sumida, os vizinhos desconfiam...

Carter – Não é nossa função publicar fofocas de donas de casa. Se quiséssemos essas coisas, encheríamos dois jornais por dia!

Kane – Sr. Carter, são essas coisas que buscaremos de agora em diante. Envie seu melhor homem para entrevistar o Sr. Silverstone. Diga ao Sr. Silverstone que se ele não mostrar a sua esposa já, o Inquirer mandará que o prendam. Diga ao Sr. Silverstone que ele é um detetive da “Delegacia Central”. Se o Sr. Silverstone suspeitar e pedir para ver o distintivo, seu homem ficará indignado e o chamará de anarquista. Alto, para os vizinhos ouvirem.

Carter – Não entendo a razão de um jornal respeitável ...

Kane – Muito obrigada, Sr. Carter. Até logo!

Ao sair do prédio, Sr. Carter se depara com um garoto, vendedor de jornal: “*Jornal, Senhor? Leia tudo! Leia tudo a respeito aqui no Chronicle. O mistério da mulher que sumiu no Brooklyn! Leia aqui!*”.

¹⁹ Em 1883, Pulitzer comprou um jornal nova-iorquino na falência, *The World*, com tiragem de 15 mil exemplares, e o transformou no arquétipo do Novo Jornalismo. Admirado e imitado em todo o mundo, no ano seguinte, já tirava cem mil exemplares. Em 1892, atingiu a marca de 375 mil exemplares, com duas edições diárias, e, no final do século XIX, já ultrapassava um milhão de exemplares diários (SOUSA, loc .cit.).

A expansão dos jornais²⁰ e a concorrência entre eles são exemplificadas pelos números de circulação do *Inquirer* e do *Chronicle*. Enquanto o primeiro edita 26 mil exemplares, o segundo atinge a casa dos 495 mil, façanha atribuída ao fato de o periódico possuir *the greatest newspaper staff in the world – a maior equipe do mundo*. Seis anos depois, o jornal de Kane atinge a marca de 684 mil exemplares, após contratar toda a equipe de jornalistas do concorrente, numa alusão à estratégia que Hearst usou contra Pulitzer²¹. Já a transformação das empresas em corporações pode ser sintetizada pelas informações do cinejornal de abertura do filme: *O império de Kane, em sua glória, englobava mais de 37 jornais, dois sindicatos, uma rede de rádios. Um império dentro de um império!*

Este breve panorama permite perceber como o jornalismo, dentro dessa nova configuração social, constitui-se numa organização empresarial específica. Fatores como a modernização do maquinário, e conseqüente aumento da produtividade, queda de preço da matéria-prima, devido à abundância de papel, bem como a circulação regular e periódica dos jornais, com a veiculação de notícias e anúncios, foram fundamentais para essa consolidação (FRANCISCATO, 2005, p.93).

No entanto, a “revolução comercial” na imprensa norte-americana ocasionada pela *penny press* não afetou o jornalismo somente do ponto de vista da organização empresarial. Ela direcionou a cobertura para os eventos cotidianos, a partir da contratação de repórteres regulares²² para cobrir as notícias locais, e fez da “história de interesse humano”²³ o seu aspecto mais característico (SHUDSON, 1978, p.17-

²⁰ De acordo com Lage (2001, p.31), havia, nos Estados Unidos, em 1790, apenas oito diários. Um século depois, esse número sobe para 1.662, com tiragem de 8.387.188 exemplares, e, em 1910, atinge a marca de 2.433 diários, imprimindo 24.211.977 exemplares.

²¹ Certo de que o coração do jornalismo americano estava em Nova York, Hearst se muda para a cidade e compra o decadente *New York Journal* (que, curiosamente, havia sido fundado por Albert, irmão de Pulitzer, em 1882). Como o seu concorrente direto seria o *The World*, ele toma a iniciativa de contratar seus melhores repórteres, técnicos e até humoristas, entre eles R.F. Outcalt, com seu *Yellow Kid*, que inaugura, no *Journal*, um novo estilo jornalístico, o “jornalismo amarelo”, numa associação à cor do garoto, personagem da célebre tira cômica (GONZÁLEZ, 1999, p.95).

²² Shudson (1978, p.65) explica que, somente no final do século XIX, os jornais substituíram os *free-lancers* por profissionais fixos, fazendo surgir a figura do repórter.

²³ Um exemplo interessante da valorização das notícias caracterizadas como “interesse humano” está em *A Primeira Página*. Diante da necessidade de modificar a primeira página, o editor Walter Burns determina: *Que se dane o terremoto da Nicarágua. Não ligo se há 100 mil mortos. A Liga das nações? Corte. Não mexa no Comandante Byrd e os pingüins, é de interesse humano.*

27). A notícia assumiu, assim, o seu padrão comercial, para o qual impera a velocidade na apuração e divulgação das informações.

Foi com esse ritmo acelerado de produção que o jornalismo americano entrou no século XX. A divisão do trabalho nas redações, possibilitada, sobretudo, pelo uso do telefone, prosseguiu durante as primeiras décadas, consolidando a função de apuração de dados para repórteres e correspondentes (*news gatheres*), e a de escrita das notícias para os redatores (*news writers*) (FRANCISCATO, 2005, p.52). Para tanto, as salas de imprensa dos órgãos públicos disponibilizavam linhas telefônicas de ligação direta com as redações dos jornais locais.

Um filme que ilustra bem essa dinâmica é *A Primeira Página*. Ambientado em Chicago dos anos 1920, boa parte da história se passa na *Sala de Imprensa do Tribunal Criminal*, onde repórteres de vários jornais estão de plantão para a cobertura de um enforcamento. Ao tomar o telefone que se encontra na sua escrivaninha, Roy Bensiger diz:

Passe-me um redator. Ah! É você, Mary? Novidades do enforcamento de Carl Williams. Sim, a execução ainda está marcada para as 7 da manhã. As autoridades estão preparadas para um levante de radicais nessa hora.

Enquanto prossegue a narração, os demais colegas fazem o mesmo, e a cena torna-se ilustrativa também do teor sensacionalista característico da década de 1920, que, segundo Emery (1965, p.667), ficou conhecida como a década do “jornalismo escandaloso”. O jornalista Murphy, distorce as informações de Bensiger, relatando os fatos de maneira distinta e essencialmente espetaculosa:

Bensiger – Foram colocados mais policiais ao redor da prisão, da prefeitura, dos terminais de trem e das estações elevadas.

Murphy – Notícias do caso Williams. O Xerife Hartman colocou mais de 200 policiais para proteger a cidade do Exército Vermelho, que sairá de Moscou em minutos.

Bensiger – Isto é o que o condenado pediu como sua última refeição: salada de camarões com molho mil ilhas, rosbife, couve de bruxelas, torta de maçã e ovomaltine.

Murphy – Como última refeição, Williams terá o prato do dia, de 95 centavos, da espelunca aqui da frente.

Bensiger – Às 21 horas, Williams será examinado por outro psicólogo. Dr. Max J. Eggelhofer, a pedido dos “Amigos da Liberdade Americana”. Eggelhofer. Sim, ele é de Viena. Está na minha matéria dessa manhã. Escreveu o livro “Masturbação e Comportamento Anti-social”.

Murphy – O pobre diabo será enforcado de manhã e o doutor de Viena quer saber se ele se masturbava aos cinco anos.

Embora tenha sua narrativa focada no jornalismo impresso desse período, o filme também apresenta uma típica sessão de cinema da época, em que, logo após a apresentação musical, tem início o jornal cinematográfico. O *Cinejornal Universal (Universal Newspaper News)* traz as manchetes em destaque, seguidas das notícias, nacionais e internacionais, com narração em *off* e imagens em preto e branco.

A fase áurea do cinejornalismo também encontra eco em mais dois filmes, embora com dimensões distintas. O cinejornal de *Fúria* oferece uma breve demonstração de como se dava o processo de captação das imagens, naquele tempo, bem como da preocupação com o registro e difusão das notícias: *Que furo! Vamos varrer o país com essa filmagem! Acabou o filme! Ponha outro hipersensível! Anda logo, Bill! E vê se me dá as lentes de duas polegadas!*

Já o jornal cinematográfico que abre *Cidadão Kane* se dedica, por sua vez, ao relato expositivo da história de vida de uma das figuras mais importantes da imprensa do país e que acaba de falecer. O *News on The March* traz a narração dos fatos dividida por períodos, muitas imagens de arquivo e legendas. Após a abertura, vem a identificação da sessão do jornal: Obituário.

Insatisfeito com o fato de o material apenas relatar os feitos mais marcantes da vida e da carreira de Kane, o diretor, após a exibição para a equipe, faz as seguintes observações:

Setenta anos da vida de um homem. Muita coisa para um noticiário. Ficou bom, mas precisa de um ângulo. Tudo que vimos na tela foi que Charles Foster Kane morreu. Isso eu sei, leio nos jornais. Não basta dizer o que o homem fez, mas quem ele foi. [...] Só vimos um grande americano! No que ele diferia de um Ford, um Hearst ou um Zé ninguém?

O diretor decide, então, segurar a exibição do cinejornal por mais algum tempo e determina que o repórter Thompson entreviste as pessoas que conviveram com Kane, para descobrir o significado da última palavra dita por ele – “Rosebud” – com o objetivo de conferir um diferencial ao filme.

O *News on The March* é uma paródia, como afirmou o próprio Orson Welles, do *The March of Time*, que dramatizava as notícias, fazia uso de frases invertidas e apresentava uma reportagem tensa, carregada

de chavões (BOGDANOVICH, 1995, p.119-120)²⁴. A decisão de buscar informações novas e mais consistentes para o *Notícias em Marcha* condiz não só com as características de *A Marcha do Tempo*, mas também é ilustrativo do perfil interpretativo que caracterizou a imprensa americana entre as décadas de 1930 e 1940. Como aponta Emery (1965, p. 679-680), nesse período, o “porque” tornou-se tão importante quanto “quem fez o quê”, já que o público precisava conhecer o sentido das notícias:

Coberturas políticas, econômicas e comerciais, de assuntos exteriores, ciência, trabalho, agricultura e assistência social foram sensivelmente melhoradas com repórteres especializados. As páginas editoriais tornaram-se também mais interpretativas. As revistas noticiosas e alguns jornais e revistas especializados aderiram ao movimento, juntamente com os comentaristas radiofônicos. A objetividade do velho estilo que consistia em se fixar no fato concreto do que tinha sido dito ou feito foi desafiado por um novo conceito de objetividade que se baseava na convicção de que o leitor precisava ter um certo acontecimento dentro de seu contexto adequado, caso se quisesse servir à verdade.

Essa busca pela melhoria na qualidade do texto noticioso está associada também à profissionalização do jornalismo, que começou a se consolidar nos anos 1920, com base nos critérios de objetividade e na neutralidade das informações (SHUDSON, 1978). Para Sousa (2008, p.89) o jornalismo alcança autonomia definitiva, tanto como instituição quanto como profissão, entre as décadas de 1920 e 1930, cultivando “determinados direitos, deveres, responsabilidades, saberes e

²⁴ A idéia de parodiar o cinejornal surge da experiência de Orson Welles no programa de rádio homônimo, produzido pela CBS (substituída, posteriormente, pela NBC), que era veiculado paralelamente ao jornal cinematográfico (SOUSA, Ibidem, p. 78; GONZÁLEZ, Ibidem, p.209). Segundo ele, *The Marcho of Time* tinha periodicidade diária e era “divertidíssimo”, porque “meia hora depois de ter acontecido algo”, a equipe de atores estava lá “interpretando o fato com música e efeitos sonoros” (BOGDANOVICH, 1995, p.119).

competências que ainda hoje alicerçam a sua cultura e ideologia profissionais²⁵.

2.2 A era do som e da imagem

Os anos 1930 marcam também a integração definitiva da fotografia nos jornais. A partir de meados da década, as fotos que emitiam idéia de ação e naturalidade ganharam a preferência dos editores, ocupando espaço entre as notícias, inclusive na primeira página. (SOUSA, 2008, p.75). Em todos os filmes que enfocam o jornalismo impresso é possível identificar a presença de fotografias nas matérias em destaque.

A primeira metade do século XX presencia, ainda, um novo período para o jornalismo, a época do surgimento e consolidação dos veículos eletrônicos, que tem o rádio e, posteriormente, a televisão, como suportes principais para a difusão das informações. Segundo Emery (1965, p.699), as primeiras estações de rádio americanas, com uma audiência pública e regular, surgem na década de 1920. Mas, para Sousa (2008, p.89), é na década seguinte que se começa a perceber os reflexos do meio eletrônico no cotidiano jornalístico. O rádio traz consigo a rapidez na difusão das notícias e a sua capacidade de transmissão imediata quebra o monopólio da imprensa sobre a informação, uma vez que os jornais deixam de ser os primeiros a noticiar os fatos²⁶. *Fúria* nos permite ter uma pequena dimensão desse contexto. O julgamento é transmitido “ao vivo”, direto do tribunal, pela emissora de rádio, e as pessoas se reúnem, nos bares, em casa ou nos locais de trabalho, para acompanhar.

Locutor – Parece que o promotor não perdeu a esportiva. Apesar de, durante 5 horas, sua tentativa de provar o paradeiro dos réus ter fracassado. Enquanto o juiz discute a admissão das provas, aproveito para lembrá-los que esta

²⁵ Pulitzer foi um dos impulsionadores da criação do primeiro Curso Universitário de Jornalismo, na Universidade de Colúmbia, em Nova York, no ano de 1912 (SOUSA, Ibidem, p.55). O filme *A Primeira Página* traz, de forma caricata, o jornalista recém-formado, e *A Montanha dos Sete Abutres* apresenta as diferenças de concepções entre um jornalista formado e aquele que ingressou no jornalismo vendendo jornal.

²⁶ Num contraponto, *A Montanha dos Sete Abutres* apresenta o jornal impresso como o precursor da notícia, atraindo o público e os demais veículos para o local do acidente.

transmissão é patrocinada pelos doces... Flash! O juiz acaba de aceitar as novas provas!

Somente depois da exibição do cinejornal, como prova da promotoria, é que os repórteres presentes passam as novas informações, por telefone, para as redações. Em seguida, vemos os jornais com as manchetes: *Provada a identidade de 22 / Filme identifica réus no julgamento Wilson / 22 encaram a morte! Juiz evacua a sala.*

O surgimento do rádio estabeleceu, portanto, uma nova relação entre o público, os acontecimentos e as informações sobre eles, como explica Eduardo Meditsch (1999, p.117):

Antes dele, havia necessidade das pessoas se deslocarem a um local público para tomarem conhecimento dos fatos sociais. A disseminação da imprensa amenizou esta obrigação, mas apenas em relação às informações que pudessem ser recebidas *a posteriori*, em diferido. Com o rádio, as informações poderiam chegar até o público no instante da ocorrência, embora, em princípio, por motivos técnicos, isso só fosse possível com alguns poucos acontecimentos previsíveis, devido à necessidade de preparação da transmissão e dos deslocamentos de equipamentos, como ainda hoje ocorre com a tevê.

Mas foi preciso criar um novo estilo narrativo, com características próprias, para atender às necessidades do público. Nesse sentido, a reportagem “ao vivo” revolucionou o jornalismo, até porque, como ressalta Meditsch (1999, p.209), a possibilidade de transmissão simultânea dos eventos provoca um forte *efeito de realidade*, que atrai a atenção dos ouvintes.

Os programas de auditório e a cobertura de eventos por diversas rádios, simultaneamente, encontra espaço em *Adorável Vagabundo*. Já o radiojornalismo que se dedica à transmissão contínua no local dos acontecimentos é representado em *A Montanha dos Sete Abutres*:

Aqui é a Rádio Koat, de Albuquerque, trazendo mais notícias do resgate de Leo Minosa. A broca perfurou 18 metros em três dias. Ouviram a voz do Sr.

Smollett, o encarregado da operação. Junto com o Xerife e uma equipe de voluntários, ele trava uma luta contra o tempo para salvar uma vida. São eles que derrotarão a maldição da montanha! Um fenômeno está acontecendo aqui, bem em frente a esse lugar milenar. Uma verdadeira cidade de barracas, carros traillers. Vi placas do Arizona, Califórnia, Texas, Oklahoma. E mais carros vão chegando! E mais voluntários! Pessoal dos maiores jornais estão aqui!

O filme de Billy Wilder traz ainda a televisão, que, embora não receba destaque, tem sua presença pontuada pela entrevista, também “ao vivo”, do Xerife Gus Kretzer, no local do evento.

De acordo com Emery (1965, p.715), as transmissões televisivas, em caráter experimental, nos Estados Unidos, se estendem de 1923 até o início da década de 1940, quando os primeiros programas comerciais vão ao ar. Em virtude da II Guerra Mundial, a produção de aparelhos e acessórios é interrompida, mas, em 1949, já havia 108 estações funcionando regularmente, embora algumas delas tenham fracassado logo em seguida. Segundo Sousa (2008, p.80), as programações televisivas voltavam-se essencialmente para o entretenimento, até que, no final da década de 1940, surge o primeiro telejornal diário do país, “a pedido da Comissão Federal das Comunicações do governo americano”.

E se a segunda metade do século XX, do ponto de vista da história da comunicação, é considerada a época da televisão, podemos, então, destacá-la como o meio que exerceu maior influência na cultura, na comunicação de massa e, particularmente, no jornalismo. Na opinião de Mompert e Otto (1999, p.214-217), os avanços tecnológicos, tanto para os meios eletrônicos quanto para os impressos, consolidaram as seguintes tendências informativas: os fatos e as idéias para o jornalismo impresso; os acontecimentos, os costumes e as atitudes para o jornalismo audiovisual.

O telejornalismo surge, portanto, com uma herança cinematográfica e radiofônica e consolida como principal formato o telejornal e como gêneros fundamentais a reportagem, a entrevista e o documentário (SOUSA, 2008, p. 80; MOMPART; OTTO, 1999, p.219). Outra característica particular do jornalismo televisivo, veiculado no horário nobre, é a “personificação” da informação, na pessoa do âncora/apresentador, atributo peculiar do que Ramonet (*apud* SOUSA, 2008, p.80) classifica como “modelo hollywoodiano” de telejornal, já que esse jornalista é elevado à categoria de celebridade, conferindo veracidade e credibilidade à informação.

Esse *status* atribuído ao jornalista de televisão vai transformá-lo em personagem do cinema americano, sobretudo a partir da década de 1980. Dos três filmes analisados que contemplam esse profissional, podemos destacar aqui *O Informante*, porque apresenta a dinâmica de produção, edição e veiculação do clássico programa *60 Minutes*, da cadeia norte-americana CBS, que inclui em sua programação, de uma hora, três reportagens investigativas ou duas reportagens e uma entrevista (SOUSA, 2008, p.81). Mompert e Otto (1999, p.253) classificam o *60 Minutes* como o informativo de maior prestígio histórico. No ar desde 1968, o programa possui uma audiência semanal entre 30 e 50 milhões de pessoas e grande influência, devido à sua credibilidade, personificada, atualmente, no jornalista Mike Wallace.

Se o fenômeno urbano dos séculos XIX e XX transformou o jornal num grande meio de comunicação, que ao mesmo tempo em que se beneficiava da “experiência das cidades como um espetáculo, contribuía para isso, provendo seus leitores com relatos de maravilhas e mistérios da vida urbana” (FRANCISCATO, 2005, p.72), pode-se dizer, então, que o rádio e a televisão tornaram esses relatos mais visíveis e concretos, intensificando, pela sua capacidade de transmissão imediata de informações, as relações do público com o tempo presente.

2.3 Relações temporais: o jornalismo e o presente

O processo de urbanização associado à configuração de novos hábitos sociais desenvolvidos a partir do século XIX redefiniram a experiência social do tempo, fazendo surgir o que Franciscato (2005, p. 63) denomina de *cultura do tempo presente*, “em que fatores como novidade, originalidade e simultaneidade dão sentidos temporais particulares às práticas sociais”. Nesse contexto, o jornalismo se consolidou a partir da criação de hábitos culturais e sociais, e a notícia vem cumprindo a função de estimular “a interação entre as pessoas, seja na simultaneidade dos procedimentos de leitura quanto no debate direto dos conteúdos noticiosos, conduzindo para uma tomada de decisões visando a produzir uma ação pública”.

Para o autor, a *cultura do tempo presente* está associada, sobretudo, ao consumo cotidiano de notícias e informações, uma vez que o jornalismo diário trabalha com uma temporalidade que pode ser chamada de *atualidade*. Segundo ele, a circulação diária de notícias reforça a idéia de que todos os dias acontecem fatos relevantes aos quais

devemos voltar a nossa atenção, bem como contribui para o estabelecimento ou reforço de relações sociais ou culturais ligadas a esta temporalidade, uma vez que “os eventos jornalísticos não são apenas marcadores simbólicos sobre o tempo presente, mas são definições temporais sobre modos de viver o presente” (FRANCISCATO, 2005, p.21).

Para melhor ilustrar essa relação do jornalismo com a presentificação do tempo, Franciscato propõe cinco categorias descritivas de relações temporais, que estão diretamente ligadas a ações, situações e modos de tratamento de eventos no tempo presente. A primeira delas é a *instantaneidade*, cujo sentido que vem sendo desenvolvido, predominantemente, pelas experiências do jornalismo, refere-se à possibilidade de transmitir um acontecimento no momento de sua ocorrência e a imediata recepção, pelo público, dessa transmissão. Os transportes, o telégrafo e o telefone foram fundamentais para criar a impressão de que as comunicações estavam se tornando instantâneas, e as organizações jornalísticas, por sua vez, passaram a dar ênfase à velocidade e à aceleração no processo produtivo. Esse contexto fez com que, até as primeiras décadas do século XX, a noção de instantaneidade jornalística estivesse associada à possibilidade de o jornal apresentar, ao leitor, fatos acontecidos pouco tempo antes da edição ‘extra’ chegar às ruas.

Para o autor, essa idéia inicial sofreu uma redefinição a partir do surgimento do rádio e da televisão, que trouxeram consigo a tecnologia de transmissão “ao vivo”, extinguindo o intervalo entre o acontecimento e sua transmissão. Mas é o surgimento das redes telemáticas, nas últimas décadas do século XX, que vai afetar, de maneira mais efetiva, esse conceito, já que essa tecnologia implica numa nova configuração de linguagem e novas relações entre os meios de comunicação e o público.

A idéia de *simultaneidade* como relação temporal associada ao jornalismo está relacionada à coincidência cronológica que faz com que fatos, que não tenham necessariamente uma ligação, se apresentem juntos em uma mesma edição, e também à unidade de discussão e sentido criada pelos jornais, ao possibilitarem que pessoas, em lugares distintos, debatam sobre os mesmos temas simultaneamente. Quanto ao jornalismo em tempo real, Franciscato (2005, p.135) afirma que não é apenas “uma tecnologia de transmissão, mas um novo contrato de sentido ou modo de interação, em que evento, jornalista e público agem em simultaneidade”.

A *periodicidade*, por sua vez, é vista como um dos marcos sociais e culturais do século XX. O fato de o jornalismo produzir e

disponibilizar notícias com regularidade, vem contribuindo para criar uma “mente comum” e uma relação temporal associada ao presente, a partir do hábito de consumo diário de conteúdos jornalísticos. Por outro lado, essa regularidade diária pode ser vista como causadora de uma “cultura da passividade” e do “esquecimento”, já que cada nova edição faz a anterior obsoleta. Do ponto de vista da organização jornalística, a periodicidade estimula a criação de rotinas de trabalho e produção interna, e estabelece o intervalo de tempo que valida os acontecimentos como “potencialmente noticiáveis”. Na opinião do autor, a periodização conduz o jornalismo a uma “fragmentação dos eventos em unidades temporais cada vez menores”, o que ocasiona um corte no fluxo do tempo social, contribuindo assim para a redefinição deste mesmo tempo, sobretudo com relação às mídias *on line*, já que estas exigem um ritmo de atualização contínua.

Para atender aos anseios da sociedade pelo novo, o jornalismo estabelece uma relação temporal com a *novidade*. Tida com um dos principais componentes da noticiabilidade, ela é uma das qualidades que torna um evento noticioso viável para a comercialização. Nesse sentido, Franciscato (2005, p.147-148) explica que para corresponder a essa expectativa social, o jornalismo precisa, muitas vezes, “operar certas ênfases ou privilegiar certos aspectos de um evento que possam ser afirmados como o fator ‘novo’ no evento e, assim, ganhar importância em relação a outros”.

A busca pela novidade gera um processo de aceleração das rotinas produtivas com o objetivo de divulgar notícias recentes, seja pela irrupção de um evento novo ou pela continuidade, com dados novos, de um evento anteriormente noticiado. Na opinião de Franciscato (2005, p.246-247), a fragmentação do evento com vistas a dar fluxo a uma produção contínua “é uma estratégia que pode reforçar uma idéia de efemeridade do conteúdo noticioso, já que cada pequeno corte no desenvolver do evento, ao ser relatado, poderia desatualizar o anterior”. No caso do jornalismo *on line*, essa fragmentação pode ganhar um sentido de “interligação” ao ser apreendida por aqueles que, diariamente, acessam um mesmo site repetidas vezes.

A quinta categoria é a revelação pública. De acordo com o autor, o jornalismo desenvolveu mecanismos para atender aos anseios do público por saber sobre fatos relacionados à sua temporalidade cotidiana, revelando conteúdos até então “protegidos” do seu conhecimento. Nas mídias que utilizam a tecnologia de transmissão “ao vivo”, a revelação pública torna-se mais evidente, já que possibilita a sensação de contato direto com o que está sendo noticiado. Franciscato

(2005, p.198) entende que o ato de “tornar público” temas e conteúdos demarca uma temporalidade presente, por conta do tempo da enunciação e da circulação pública dos eventos, que está diretamente vinculada a um processo de produção cotidiana da sociedade.

São estas relações temporais que dão sentido e coerência à *atualidade jornalística*, termo que, segundo o autor, é o mais adequado para exprimir a complexidade de sentidos que o “fenômeno temporal” adquire no jornalismo. Para Franciscato (2005, p. 256-257), “a atualidade jornalística não é uma soma de características temporais individuais, mas um imbricamento entre elas, pois são manifestações de um modo comum de vivenciar o presente”.

Podemos identificar as categorias propostas por Franciscato nos filmes tomados para análise. Apenas as questões que dizem respeito ao jornalismo *on line* não encontram espaço nessas narrativas.

Três películas são bem ilustrativas da noção de *instantaneidade* associada aos jornais impressos: *Fúria*, *Aconteceu Naquela Noite e Cidadão Kane*. Acontecimentos marcantes dos enredos redundam na publicação imediata de edições extras dos jornais, com o fato estampado nas primeiras páginas. Além de *Fúria* e *A Montanha dos Sete Abutres*, como exposto anteriormente, *Adorável Vagabundo* também é ilustrativo da instantaneidade criada pela linguagem radiofônica, a exemplo da transmissão feita pelo repórter da CBS, quando há uma revolta geral durante a “Convenção John Doe”:

Aconteceu alguma coisa com os alto-falantes! Começaram a se desesperar, alguém pode se machucar. Temo que venha a ser John Doe; ouçam a multidão... É indescritível a reação das pessoas às revelações que foram feitas! Para John sobreviver a tantas acusações, só mesmo se houver um milagre. Senhoras e senhores, realmente parece ser o fim do Movimento John Doe.

Já a instantaneidade no contexto televisivo é melhor representada pelo filme *O Quarto Poder*. A transmissão do desenrolar do seqüestro, em tempo real, pela televisão acentua “o sentido de verdade”, já que as transmissões “ao vivo” trazem consigo esta idéia, reforçada pelo discurso jornalístico que reafirma o vínculo do conteúdo com o tempo presente.

Dois filmes podem ser tomados para exemplificar a idéia de *simultaneidade*. Em *Adorável Vagabundo*, são criados, em todo o país, os *John Doe Clubs* (Clube do Desconhecido), a partir das cartas publicadas nos jornais e do discurso proferido por John Doe pela rede de

rádio. Diante da dimensão dos fatos, a repórter Ann Mitchel diz a Log John:

Algo muito importante aconteceu. Estão criando os Clubes John Doe para passar adiante os princípios dos quais falou, no seu discurso no rádio. Não tem idéia do tamanho da coisa. Precisava ter visto os milhares de telegramas recebidos dizendo o que pensam de você.

Em *Rede de Intrigas*, o âncora Howard Beale, numa transmissão “ao vivo”, com 67 emissoras de TV em rede, convoca o público: *Levantem-se agora mesmo, vão para a janela e gritem: “Estou louco da vida e não agüento mais isso!”*. Simultaneamente, as pessoas, em vários lugares do país, vão às suas janelas e começam a repetir a frase.

A periodicidade, por sua vez, aparece de maneira subjetiva nos filmes, a exemplo da seqüência que apresenta a sucessão das edições do *New Bulletin*, com os artigos de John Doe na primeira página, em fusão com imagens da aquisição dos jornais pelos leitores e dos gráficos que registram um aumento nas vendas, ou pela seqüencialidade da exibição do programa de Howard Beale.

No que diz respeito à novidade, podemos destacar duas narrativas. Em *Ausência de Malícia*, podemos acompanhar a veiculação das sucessivas matérias com as novidades do caso Michael Gallagher: *Gallagher suspeito no caso Diaz / Gallagher não está envolvido no caso Diaz, afirma Quinn / Possível ligação Gallagher - Quinn*. Já em *Aconteceu Naquela Noite*, o editor Joe Gordon determina a modificação da primeira página pela irrupção de um fato novo, imprimindo, à equipe, um ritmo acelerado de produção:

Gordon (ao telefone) – Passe-me o Hank. Ô rapaz, que matéria! Que furo! Hank, segure a edição matutina. Vamos refazer a primeira página. Vai ter um layout todo novo. Mande-me dois redatores.

(Chama a secretária) – Agnes, venha aqui! Ache todas as fotos da filha do Andrews que temos.

(Volta ao telefone) – Hank, escute, tire o Healy da cama. Quero uma caricatura e rápido! King Westley está na Igreja chorando porque a noiva não apareceu, e o velho Andrews, morrendo de rir. Bem exagerada!

(Atende outra ligação) – Alô, Alô! O quê? Ellen Andrews? Está louco! Repórter – Não estou. Ela pediu que o pai fosse buscá-la num posto policial. Ele conseguiu uma escolta policial e Westley vai junto. Ela viajava de ônibus, mas assim que soube da reconciliação, ela ligou.

Gordon – Pegue um carro e vá atrás dele. [...]

(Chama Hank na sala) – Retirem tudo da primeira página. Ellen Andrews vai voltar para casa. Ela soube da reconciliação e apareceu. Espalhem a notícia pelo jornal em letras “garrafais”. Façam uma matéria otimista. Escrevam assim “Amor triunfante!”. Andem logo, vai, vai!

A revelação pública encontra eco em pelo menos nove filmes analisados. Podemos citar o cinejornal que documenta as cenas da tentativa de linchamento de *Fúria*; as notícias sobre o retorno de Ellen Andrews, em *Aconteceu Naquela Noite*; a revelação da farsa de John Doe pelo *New Bulletin*, em *Adorável Vagabundo*; o escândalo do caso amoroso de Kane com Susan, em *Cidadão Kane*; a notícia sobre o acidente com Leo Minosa, em *A Montanha dos Sete Abutres*, e o seqüestro no museu, em *O Quarto Poder*, bem como as fotos que revelam a verdade sobre o fuzilamento do jornalista Alex Grazier, em *Sob Fogo Cerrado*. A busca pela possibilidade de revelar publicamente a verdade sobre um assassinato ocorrido em um sanatório é o fio condutor de *Paixões que Alucinam*, assim como *O Informante* apresenta a luta do jornalista Lowell Bergman para levar ao ar a entrevista de Jeffrey Wingard, sobre os riscos à saúde publicamente omitidos pelas indústrias tabagistas.

2.4 Nuances do jornalismo no cinema

Entender o jornalismo a partir da relação que ele estabelece com o presente permite compreender que os modos de seleção, produção e divulgação da notícia estão intrinsecamente relacionados com as expectativas e influências culturais e expressivas do público alvo do jornal. No entender de Francisco Karam (2004, p.30), é a disseminação pública do presente, por meio da linguagem jornalística que permite o “acesso imediato à aventura humana”. O jornalismo reduz a complexidade do evento para que o máximo de pessoas compreenda as informações noticiadas, ampliando, deste modo, o universo de conhecimento social.

Assim também o cinema, como prática social dotada de grande significação, estabelece uma relação com o espectador pautada no presente. E essa temporalidade não se refere ao tempo da narrativa cinematográfica, mas ao tempo percebido pelo espectador na experiência do cinema. Como explica Moscariello (1985, p.52, grifo do autor):

Na medida em que as imagens, diferentemente do que se passa com os verbos, não se podem conjugar, o único tempo que o cinema tem à sua disposição é o *presente*. Um presente, repare-se, que é vivido como tal pelo espectador mesmo quando na tela “se volta ao passado” ou se “dão saltos no futuro”.

Essa presentificação oferecida pela experiência cinematográfica reforça ainda mais a impressão de realidade que lhe é característica. Como meio de representação, o cinema não registra e nem reflete a realidade, “ele constrói e *re-apresenta* seus quadros de realidade por meio dos códigos, convenções, mitos e ideologias de sua cultura” (TURNER, 1997, p.129). E ao mesmo tempo em que representa, o cinema significa, pois abarca, por meio das narrativas, “o real e o irreal, o presente e o vivido, a recordação e o sonho” (MORIN, 1997, p.230). Esse poder de significação inerente ao cinema faz dele um importante instrumento para dar a conhecer tanto os acontecimentos da atualidade quanto aqueles que marcaram a história.

As transformações, de cunho evolutivo e tecnológico, pelas quais passou a instituição jornalística permitem reconhecer que os

[...] modos de produção jornalística não são desdobramentos inevitáveis de contextos e fatores tecnológicos, econômicos, ou políticos, mas atos de criação e aprimoramento de técnicas que possibilitaram tanto uma maior competência técnica da produção quanto a construção de uma identidade profissional e, em consequência, de princípios e normas de ação (FRANCISCATO, 2005, p. 97).

O cinema hollywoodiano do século XX, por sua vez, nos permite, através dos *newspaper movies*, perceber como se deu esse processo e os efeitos que ele teve sobre o jornalismo, sobre a notícia e sobre o próprio jornalista. Os filmes dedicados ao jornalismo dão uma dimensão de como a atividade foi se estruturando ao longo do tempo, a

partir do seu desenvolvimento tecnológico, bem como apresentam o processo de produção da notícia e as relações oriundas desse processo, personificadas na figura do jornalista, como personagem principal das narrativas.

Dois belas seqüências de abertura permitem visualizar a evolução técnica do processo de paginação e impressão dos jornais. Os dois minutos e meio iniciais de *A Primeira Página* apresentam, detalhadamente, os procedimentos necessários para se imprimir um jornal em 1929. As imagens mostram, inicialmente, a arrumação manual do título da matéria de capa e de todo o cabeçalho do *Chicago Examiner*, letra a letra, numa régua especial de composição, chamada *ludlow*, devido ao tamanho dos tipos utilizados para esse fim. Na seqüência, vemos os operadores das máquinas estilo *Yntertipe*, que eram uma espécie de linotipo mecânica, com um teclado de seis filas, similares aos de uma máquina de escrever. De posse do texto, o operador, sentado diante do equipamento, toca levemente as teclas, e as matrizes de letras vão saindo de um depósito. A cada linha de texto completa, ele puxa uma alavanca, que move a linha contra uma forma, na qual o chumbo é fundido. As linhas vão caindo uma a uma, formando blocos de texto que, depois de recolhidos, são arrumados sobre uma bandeja, compondo a primeira página do jornal. A “prova” é impressa e transformada numa fôrma circular, denominada de estereotipo, que é, então, colocada num dos cilindros da rotativa. Vemos, em seguida, os imensos rolos de papel sendo transportados para as máquinas e o processo de impressão ser iniciado, numa “imagem-símbolo da hegemonia mecânica” (Lage, 2001, p.20). As rotativas imprimem, cortam e dobram os jornais, e já podemos ver as páginas impressas nas esteiras rolantes²⁷.

Os quase três minutos que abrem *Ausência de Malícia*, apresentam a impressão em *off-set*, método já amplamente utilizado na década de 1980. A seqüência inicia-se com uma matéria sendo redigida num computador e encaminhada para impressão. O equipamento registra: *Imprimindo página 1*. A paginação é feita pela colagem dos textos, revisados, impressos e recortados, em uma folha no formato *standard*, que é colocada numa máquina, semelhante às que fazem xerocópias, e tem-se o fotolito da primeira página do *Miami Standard*. As imagens seguintes mostram o fotolito sendo transportado para uma chapa metálica, que é instalada num dos cilindros da máquina

²⁷ A descrição de todo esse processo foi feita com base nas informações técnicas contidas em BOND (1959, p.149-152) e LAGE (Ibidem, p.20).

impressora, que, por sua vez, transfere a imagem para outro cilindro de borracha, denominado blanqueta, que é, então, colocado na rotativa. A impressão é iniciada, e vemos a passagem das folhas pelos cilindros ou prensas, que contêm as matrizes correspondentes às cores impressas²⁸. A finalização do processo é demonstrada pela passagem das páginas impressas pelas esteiras rolantes, e dos blocos de jornais sendo empacotados para a distribuição.

No que concerne à televisão, as tecnologias que envolvem a produção televisiva, quanto à gravação em estúdio e transmissão “ao vivo”, são brevemente apresentadas em *Rede de Intrigas*. Quanto ao processo de edição de imagens, ele aparece, pontualmente, nas películas da década de 1990. *O Quarto Poder* traz imagens do repórter Max Brackett manejando pessoalmente uma estação linear, que foi transportada até o local do evento; e *O Informante*, produzido dois anos depois, mostra o jornalista Lowell Bergman fazendo a montagem do programa *60 Minutes* numa estação não-linear.

Ainda do ponto de vista do manejo da tecnologia, o repórter passa do bloco de anotações (*O Homem que Matou o Facínora, A Primeira Página*) ao gravador (*Ausência de Malícia, Sob Fogo Cerrado*) e ao microfone (*O Quarto Poder*), mas sempre recorrendo ao telefone. O teletipo se faz presente na redação, na sala de imprensa e no escritório improvisado de Charles Tatum, enquanto o computador se coloca como o grande companheiro de Megan Carter.

Já a presença da máquina de escrever é constante nas narrativas até a década de 1980. Quando Walter Burns diz: *Não ouço a máquina de escrever, Hildy, sente aqui!*, é possível perceber a importância que o equipamento adquiriu para o profissional do jornalismo. Som característico das redações, se fazendo presente até mesmo depois do surgimento do computador, ela conferia ao jornalista uma espécie de controle sobre o conteúdo a ser noticiado. O estado de excitação de Ann Mitchel ao redigir as cartas de John Doe e a altivez de J.J. Hunsecker ao escrever a sua temida coluna são bons exemplos. Outro importante marcador dessa relação do jornalista com a produção noticiosa é a

²⁸ As informações da impressão em *off-set* baseiam-se em LAGE (Op. cit., p.19-20), que também explica que a impressão colorida é obtida através da “passagem sucessiva do papel por dois, três (tricomia), quatro ou mais (policromia) cilindros ou prensas, que contêm matrizes correspondentes à participação de cada uma das cores no conjunto a ser reproduzido”. As três cores básicas para impressão são o vermelho *magenta*, o azul *cian* e o amarelo, que se mesclam com as cores complementares, mas é necessário acrescentar o preto, “que fixa o contraste e a definição do colorido”.

prática da entrevista, por meio da qual ele pode exercer a sua autonomia profissional e autoridade perante o público. Nos filmes, o exercício da entrevista vai pontuar, sobretudo, os conflitos éticos (*Ausência de Malícia, O Quarto Poder, O Informante*).

No que concerne à relação do jornalista com a notícia, percebemos uma mudança essencial que vai do domínio sobre o conteúdo a ser noticiado (*Adorável Vagabundo, Embriaguez do Sucesso, A Montanha dos Sete Abutres, Sob Fogo Cerrado*) a uma interferência direta dos editores e da emissora no processo de produção (*Cidadão Kane, A Primeira Página, Paixões que Alucinam, O Quarto Poder*). Enquanto Charles Tatum determina o teor da notícia – *É assim que fica melhor, é assim que vai ser!* –, Max Brackett, ao defender a autoria da matéria, ouve: *A matéria é da KXBD.; Sam Baily pertence à emissora.*

O controle das grandes redes de televisão sobre a veiculação de conteúdos noticiosos também se faz presente nas três películas que tratam do jornalismo televisivo, desde as determinações de espetacularização dos programas jornalísticos em *Rede de Intrigas* ao controle sobre a veiculação de uma entrevista em *O Informante*.

2.5 Representação e Complexidade

Uma assistência sistematizada aos filmes permite perceber, portanto, a complexidade inerente ao jornalismo, como uma atividade profissional socialmente legitimada. Quer seja pelos efeitos das inovações tecnológicas ou pela relação que o exercício de noticiar estabelece com a sociedade na construção de uma temporalidade associada ao presente, o jornalismo se apresenta sob uma multiplicidade de formas e sentidos, que somente o cinema poderia lhe atribuir, como meio de representação.

Da mesma forma que o jornalismo evoluiu e se consolidou, o cinema também passou por transformações, no que diz respeito à técnica e à linguagem, cujos efeitos podem ser percebidos diretamente através das construções filmicas. Mas, como afirmou o cineasta Costa Gavras (*apud* NÓVOA, 2005, p.86), embora os estilos e a técnica tenham mudado, filmar será sempre uma forma de contar histórias com as imagens do nosso mundo São as imagens do mundo, do mundo do jornalismo que aparecem ao longo das narrativas analisadas. Narrativas que refletem a profissão e a relação que ela vem estabelecendo com a sociedade ao longo dos séculos XIX e XX. O que vemos nos filmes vai

além de um percurso cronológico dessas transformações, podendo ser identificadas também questões sociais contemporâneas, como as que aparecem nos filmes de Frank Capra (SKLAR, 1975, p.243), que trazem em si os reflexos da maior crise financeira enfrentada pelos Estados Unidos até então (VEILLON, 1992, p.46).

A análise articulada dos enredos permite compreender a complexidade que a instituição jornalística adquiriu ao longo do seu percurso histórico, bem como o papel que o jornalista vem desempenhando junto à sociedade. Todavia, uma análise individualizada dos filmes, desde que leve em consideração o contexto histórico e social em que se insere a narrativa, também permite uma avaliação do jornalismo, como instituição, e do jornalista, como profissional.

Essa compreensão só é possível porque o cinema hollywoodiano, ao delegar ao jornalista o papel de personagem principal de centenas de filmes, se mostra atento não somente ao contexto atual em que se insere a profissão, mas também às transformações pelas quais o jornalismo passou e vem passando. No entanto, a análise nos permitiu verificar que, em se tratando da instituição jornalística, o cinema não se dispôs a antecipar a sua evolução tecnológica, como costuma fazer com o campo da ciência. Os enredos demonstram uma preocupação em recuperar momentos históricos marcantes na evolução da imprensa norte-americana, bem como trazer às telas questões atuais e inerentes ao fazer jornalístico do nosso tempo. Questões estas que, ao serem expostas pela representação cinematográfica, contribuem para estimular o debate e a pesquisa acerca da profissão e do profissional, numa demonstração da importância conferida pela sociedade à mediação jornalística da realidade.

CAPÍTULO 3 - A NOTÍCIA QUE VENDE MAIS

*“Ao descrever o presente, você é mais ou menos
amarrado à experiência comum.
Ao descrever o que ninguém experimentou,
você é compelido a deixar partir.”
Walter Lippmann*

O exercício de mediação da realidade não está circunscrito aos meios de comunicação social, mas, sem dúvida, o papel que eles desempenham, enquanto mediadores, é essencial para a compreensão dessa realidade que nos é re-apresentada cotidianamente. No entender de Peter Berger e Thomas Luckmann (1985, p.40-43), a realidade da vida cotidiana é a realidade dominante, frente a qual, as demais se constituem como modos de experiência delimitados, com os quais mantemos contatos temporários, a exemplo do espetáculo teatral:

A transição é marcada pelo levantamento e pela descida do pano. Quando o pano se levanta, o espectador é “transportado para outro mundo”, com seus próprios significados e uma ordem que pode ter relação, ou não, com a ordem da vida cotidiana. Quando o pano desce, o espectador “retorna à realidade”, isto é, à realidade predominante da vida cotidiana, em comparação com a qual a realidade apresentada no palco aparece agora, tênue e efêmera, por mais vívida que tenha sido a representação alguns poucos momentos antes.

Essa experiência só é possível a partir de contatos com campos finitos de significação, como a arte e a religião. Nesse sentido, podemos destacar o cinema que, assim como o teatro, tem o apagar e acender das luzes como marcador dessa transição. No entanto, as imagens em movimento da realidade projetadas numa tela asseguram ao cinema uma especificidade única: a de oferecer uma “gama potencialmente infinita dessas fugas e destes reencontros” (MORIN, 1997, p.135).

É a consciência que determina esse reencontro com a realidade da vida cotidiana que, por sua vez, está essencialmente marcada pela contínua interação com o outro. A conversa figura, neste contexto, como “o veículo mais importante da conservação da realidade”, já que continuamente a “mantém, modifica e reconstrói” (BERGER; LUCKMANN, 2002, p.202). Por meio da linguagem, dotamos de sentido a realidade na qual estamos inseridos e partilhamos nossa subjetividade no contato dialógico com aqueles que nos cercam.

Esse compartilhar de conhecimentos e experiências está associado, fundamentalmente, à temporalidade presente, uma vez que a realidade da vida cotidiana se organiza em torno daquilo que acontece no momento em que o vivenciamos. Por isso, a mediação exercida pelos meios de comunicação só ganha sentido a partir da representação de acontecimentos contemporâneos. São as narrativas da contemporaneidade que expressam a essência simbólica da comunicação social (MEDINA, 2008, p.58).

Este modo comum de vivenciar o presente está vinculado, sobretudo, às relações que estabelecemos com o jornalismo. Como não podemos estar em mais de um lugar ao mesmo tempo, delegamos ao jornalismo a responsabilidade de fornecer as informações que julgamos necessárias para manter-nos integrantes ativos da sociedade. A divulgação sucessiva de notícias forma a imagem jornalística da realidade, que se converte em referência do presente social que nos envolve.

E assim como o cinema tem o poder de suavizar a realidade, o jornalismo se encarrega de interpretá-la e oferecê-la numa versão mais acessível. As pessoas preferem recebê-la por meio de informações verossímeis, veiculadas sistematicamente pelos jornais, e, a partir desse conjunto de notícias, sentem-se motivadas a interferir nessa mesma realidade (GOMIS, 1991).

De acordo com Franciscato (2005, p.73-87), a *cultura do tempo presente* fez surgir uma nova obsessão social: a necessidade insaciável de ler, ouvir e discutir notícias. O acesso regular ao universo de notícias disponíveis diariamente garantia debates constantes sobre fatos cotidianos, mesmo sobre aqueles que estivessem fora do alcance da experiência direta de grande parte da coletividade, bem como asseguravam também a formação de uma nova opinião pública.

O comentário sobre os fatos divulgados torna-se, portanto, algo essencial para se compreender a atuação do jornalismo na sociedade. A análise que será feita, a seguir, toma como ponto de partida a concepção de Lorenzo Gomis sobre a influência direta que o comentário público

tem no fazer jornalístico, buscando perceber qual a dimensão que ele ganha nas narrativas cinematográficas que retratam o jornalismo.

3.1 Presente social de referência

No livro *Teoria Del Periodismo – Cómo se forma el presente*, Gomis (1991, p.16-17, tradução nossa) coloca que o hábito da conversação criou, ao longo dos tempos, uma imagem compartilhada da realidade que, posteriormente foi enriquecida pela presença dos meios de comunicação. Segundo o autor, esses veículos desempenham uma atividade profissional de mediação, entre os “produtores do espetáculo mundano” e a “grande multidão que cumpre funções de público”. A realidade social apresentada pelos meios passa por um processo de elaboração, e, por isso, não se pode dizer que eles apenas refletem-na.

Diante do acelerado e intenso ritmo de vida, não seria possível estabelecer relações de convivência sem esse processo de mediação. Precisamos de uma referência comum e ela nos vem por meio do jornalismo, que ao destacar alguns fatos e apresentá-los como notícia, interrompe o fluxo dos acontecimentos, e essa interrupção exige interpretações, com o objetivo de atender às expectativas do público, de satisfazer o seu rito diário de recepção de informações.

O processo de interpretação da realidade social pelo jornalismo cria, então, o presente social de referência. Gomis (1991, p.27-29) ressalta que uma das características jornalísticas que contribui para reforçar essa relação temporal é o tempo verbal das manchetes. Os jornais utilizam o ‘presente do indicativo’ para titular as notícias porque o presente social é o tempo de referência da ação coletiva: “O jornalismo faz uma mediação entre o passado e o futuro, convertendo todos os tempos num presente, convidando todos a atuarem nesse tempo”. De acordo com o autor, o interesse que se tem nessa realidade que é apresentada está diretamente relacionado ao interesse dos homens pelo futuro: “Ver o passado como presente ajuda a ver o presente como um futuro que já começou” (1991, p.32-33).

Mas, para atender aos anseios da sociedade, o jornalismo precisa também recorrer a fatos passados e previsões futuras. E, embora o jornal envelheça rapidamente, é justamente essa capacidade que a atividade jornalística tem de conciliar o presente com o passado e o futuro que lhe assegura um caráter de permanência (BELTRÃO, 2006, p.30-31).

Os filmes analisados nos oferecem uma representação interessante, nesse sentido. Quase todas as manchetes utilizam o texto no presente²⁹:

Aconteceu Naquela Noite

Ellen Andrews foge do pai. / Magnata em paz com piloto. Westley pede que Ellen volte. / Ellen Andrews retorna para casa! / Estou feliz em voltar para casa, diz Ellen. / Amor triunfa novamente! / Pai ignora fuga. Insiste no casamento religioso.

A Primeira Página

Assassino de policial está são, e deve morrer.

Sob Fogo Cerrado – *Somoza diz: Rafael está morto! / Rafael vive. Aqui está a prova!*

Mas encontramos, pontualmente, frases escritas nos tempos verbais passado e futuro:

Fúria – *Homem inocente linchado; queimado vivo pela multidão.*

Aconteceu Naquela Noite – *O noivo chegará ao casamento de helicóptero.*

Gomis (1991, p.31, tradução nossa) enfatiza que, por ser a manchete a substância da notícia, a tendência em utilizar o tempo presente demonstra que os jornais vêm se conscientizando de que “a notícia tem por objetivo resumir o presente social, oferecer ao cidadão a presença resumida da realidade social que o envolve”. Para o autor, esse presente social está essencialmente relacionado com o comentário sobre as notícias, uma vez que essas informações só exercem influência na vida das pessoas quando se comenta sobre elas.

É, portanto, a interpretação da realidade social feita pelo jornalismo que possibilita às pessoas compreendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la. Partindo dessa premissa, Gomis apresenta o jornalismo como um método de interpretação sucessiva da realidade social, que se baseia em quatro aportes essenciais.

O primeiro deles se refere à redução da realidade em fragmentos ou períodos, que pode ser identificada pela periodicidade jornalística. No entanto, a justaposição de notícias se apresenta de

²⁹ Destacamos aqui apenas algumas manchetes presentes nos filmes, visto que muitas já foram apresentadas no capítulo anterior e outras ainda serão tomadas como exemplo em momentos seguintes.

maneira sincrônica e não cronológica, compondo assim um período de notícias, que surpreende o público por se apresentar novo e completo, periodicamente.

O segundo aporte constitui-se na fragmentação da realidade em fatos, que são elaborados, redigidos e comunicados ao público em forma de notícias. De acordo com Gomis (1991, p.40-42, tradução nossa), “uma sociedade não pode viver sem um presente que a envolva e lhe sirva de referência” e esse presente social deve ser contínuo, “novo o bastante para impressionar e suficientemente velho para que se possa conhecê-lo e comentá-lo, que é uma maneira de assimilá-lo e dominá-lo”.

Em terceiro lugar, o autor coloca que o jornalismo está a serviço do público e, portanto, a interpretação social da realidade que ele faz tem por objetivo permitir que as pessoas, independente de onde estejam, possam se informar sobre o que acontece, comentar esses fatos e, caso queiram, interferir nos acontecimentos. Também contribui para isso o formato do jornal, que se apresenta em forma de mosaico, para que o leitor possa buscar a notícia que mais lhe interessa, independente das demais, e embora a realidade social apresentada pelo jornalismo seja fragmentada e descritiva, ela pode ser considerada completa.

Por fim, ele apresenta os gêneros jornalísticos como uma estratégia para filtrar a informação e facilitar a assimilação da realidade pelo público, destacando que os formatos nos quais se apresentam os conteúdos noticiosos atendem a necessidades sociais distintas e contribuem para conferir credibilidade ao jornal.

Essas ações não somente interpretam a realidade, como também reforçam a temporalidade do presente social de referência. As ações apresentadas por Gomis fazem um paralelo com as categorias de relações temporais apresentadas por Franciscato (2005), anteriormente citadas. Em síntese, o autor espanhol coloca que o jornalismo recorta periodicamente (periodicidade) a realidade e oferece uma interpretação sincronizada (simultaneidade) deste recorte, criando, para o público, a imagem de um mundo, captada instantaneamente (instantaneidade), com o objetivo de dar a conhecer aquilo que é novo (revelação pública e novidade).

3.2 Comentário Público: a essência da teoria

A proposta de Lorenzo Gomis se baseia essencialmente na relação das notícias com o comentário público acerca delas, já que, na sua concepção, uma teoria do jornalismo deve integrar a notícia e o seu comentário em um único sistema, oferecendo “um modelo abstrato” que permita compreender porque uma notícia desloca outra e porque comentamos uma notícia e não outra. O autor espanhol entende que um fato não se esgota em si mesmo. Tanto os comentários que ele suscite quanto os novos fatos que produza permitem dizer que notícia é a versão jornalística de um fato capaz de ter repercussões.

Podemos, então, retomar Berger e Luckmann (1985, p.204) para reafirmar a importância da conversa dentro do contexto social, uma vez que ela é tida como força geradora da realidade. Os autores enfatizam, no entanto, o caráter de subjetividade que as interpretações externadas pelos diálogos carregam em si. Nesse sentido, Walter Lippman (2008, p.158-159) diz que as pessoas não interpretam igualmente uma mesma estória, pois “cada uma entrará nela levemente em diferentes momentos, já que duas experiências não são exatamente iguais; cada pessoa a reapresentará de seu próprio jeito, e a tratará com seus próprios sentimentos”, e destaca que, no que concerne ao jornalismo, não há como controlar os rumores oriundos das interpretações que se fazem das notícias:

Contra o rumor há pouco ou nenhum controle e a estória original, verdadeira ou inventada, ganha asas e chifres, patas e bicos, graças à transmissão das fofocas. O relato do primeiro narrador não preserva sua forma e proporções. É editado e revisado por todos que brincam com ele e como eles o ouvirem, o utilizaram para o sonambulismo diurno, e o passaram adiante. Conseqüentemente, quanto mais mista for a audiência, maior será a variação na resposta. Pois à medida que a audiência torna-se maior, o número de palavras comuns diminui. Então os fatores comuns na estória tornam-se mais abstratos. Esta estória, faltando um caráter seu mais preciso, é ouvida por pessoas de caráter muito distinto. Elas lhes transferem suas próprias marcas.

Fúria nos traz acontecimentos ilustrativos para essas questões. Logo após ser publicada a matéria sobre o pagamento do resgate do seqüestro da pequena Hellen Peabody, o xerife Hummel prende um suspeito para averiguação. Mesmo sem ainda ter provas concretas, o funcionário da delegacia, Bugs Myers, comenta, na barbearia, que um dos seqüestradores havia sido preso. O barbeiro começa, então, a falar sobre instintos voltados para a criminalidade e, assustado, um de seus clientes vai embora. Indignado, ele telefona imediatamente para a esposa:

Esposa – O que foi, Hector?

Hector – Meu freguês mais antigo! Tudo por causa daquele Bugs Myers, com uma história que capturou um dos seqüestradores!

Esposa – Estou com comida no fogo, querido! Liga depois, tchau! (Ela desliga o telefone e vai até a casa da vizinha).

Esposa – Sra. Tuttle (bate com a colher na janela)! Sra. Tuttle, imagine só!

Sra. Tuttle – O que foi?

Esposa – Meu marido ligou dizendo que um dos raptos foi preso!

Sra. Tuttle (diz a uma amiga que está em casa) – A mulher do barbeiro disse que pegaram um homem na estrada e suspeitam que ele saiba algo sobre o seqüestro!

Amiga (conversa com mais duas mulheres na frutaria) – Sabiam que prenderam um membro da gang dos seqüestradores?

Mulher 1 – Não diga!

Mulher 2 – Que ótimo!

Amiga – Ele tentou escapar, mas pegaram ele de jeito!

Mulher 1 – Anda, diz logo!

Mulher 2 – O nome dele?

Mulher 1 – Quem é ele?

Mulher 2 – O que mais?

Amiga – Não posso falar mais. Contaram-me tudo em sigilo.

Mulher 1 – Não é justo! Por favor, conta!

Mulher 2 – Mas querida, você sabe que a minha boca é um túmulo!

Uma fusão com imagens de galinhas cacarejando é bem representativa dos efeitos que os rumores e a fofoca terão para o contexto da história. A cena seguinte, nos apresenta a frutaria cheia de gente e a *Mulher 2* ainda ‘focando’:

Mulher 3 – Tem certeza de que ele não é inocente?

Mulher 2 – Neste país, só se é preso quando se é culpado!

Uma nova cena nos mostra três homens também conversando sobre o mesmo assunto:

Homem 1 – Minha cunhada falou que uma amiga dela disse que o cara ficou com raiva e só queria ver o advogado.

Homem 2 – Claro! Esses advogados gostam de ajudar os marginais!

Homem 3 – Não vão conseguir nada comigo no júri. E se a gente tivesse coragem, daria um jeito nesse verme!

E, novamente, outro grupo, em um bar, com o jornal que traz a matéria sobre o pagamento do resgate.

Homem 4 – Soube que o cara ganhou a melhor cela da prisão!

George – Não votei em Hummel para xerife, mas ele se saiu bem ao pegar o seqüestrador.

Homem 5 – Mas ainda vão demorar a julgá-lo.

George – Senhor Pipen!

Pipen – Olá, George! [...] Falávamos do grande furo publicitário. Pegar esse cara de Chicago vai nos dar publicidade, presumindo que os cidadãos daqui entendam que ele deve ser julgado.

George – Vamos falar com o xerife e esclarecer tudo isso.

Na delegacia:

Xerife – Saberemos a verdade assim que pudermos, mas até lá, não posso dar nenhuma declaração.

George – Numa situação normal, sim. Mas a cidade está em polvorosa!

Pipen – E a comunidade acha que ...

Dawson – Temos que saber sobre o seqüestrador.

Xerife – Não sei se ele é um e nem vocês! [...] Também vou evitar que haja boatos. Nada de fofocas aqui!

As determinações do delegado não são cumpridas e, reunidos num bar, dezenas de homens continuam a acrescentar novos fatos à história. Mesmo Myers afirmando que Wilson tinha apenas cinco dólares quando foi preso, eles decidem marchar em direção à delegacia para invadi-la.

A repercussão de um fato é, portanto, fator preponderante do presente social de referência. Para Gomis (1991, p.32-33), o tempo da informação é o presente, mas o que consolida essa temporalidade é o fato do público comentar o que foi divulgado, por isso, o presente das notícias se define mais pelo seu comentário que por sua emissão.

Embora o jornalismo opere com um grau de imprevisibilidade, já que muitos fatos acontecem inesperadamente, a seleção noticiosa dos acontecimentos não é aleatória. Segundo Lippmann (2008, p.290), antes que os eventos se tornem notícia, eles precisam manifestar-se, fazendo-se noticiáveis: “O curso dos eventos precisa assumir certa forma definitiva, e até que esteja numa fase onde algum aspecto é um fato realizado, as notícias não se separam do oceano da verdade possível”. A seleção dos fatos a serem noticiados obedece a uma lógica inerente aos meios de comunicação, bem como a critérios estabelecidos por aqueles que realizam a seleção, o que, no entender de Gomis (1991, p.91, tradução nossa), é “um reflexo das convenções econômicas e políticas que estabelecem a ordem social e moldam os valores em uma sociedade”.

Nesse contexto, Elihu Katz (1993, p.55) observa que diferente das práticas jornalísticas orientais, o jornalismo ocidental dá mais ênfase aos acontecimentos de cunho negativo ou pessimista. Por isso, muitas vezes, o editor prefere divulgar informações sobre fatos que se adaptem mais facilmente ao gosto do leitor. Assim sendo, a escolha do que vai ser noticiado deve se preocupar mais com o lugar da divulgação do que com o público que receberá a notícia, pois, ainda que tenha acesso a diferentes jornais ou emissoras de rádio e TV, as pessoas sempre vão socializar essas informações, partilhando suas impressões através da conversação (GOMIS, 1991, p. 95).

Partindo desse pressuposto e levando-se em consideração que o processo de produção jornalística opta pela divulgação de um conteúdo em detrimento de outro, Gomis defende que a possibilidade de comentário deve ser um quesito fundamental nessa escolha, uma vez que todo jornal, ao selecionar um acontecimento para ser noticiado, leva em consideração dois aspectos: o interesse que ele pode despertar e sua importância. Outro quesito que deve influenciar nessa escolha é a probabilidade do fato gerar novos fatos, já que a reunião dessas expectativas em um único acontecimento acentua o interesse jornalístico sobre ele.

Para sistematizar sua teoria, ele propõe uma equação:

$$CIP = \frac{ECM + ECN}{2}$$

Onde **CIP** representa o **Coefficiente de Interesse Jornalístico**; **ECM** é igual a **Expectativa de Comentários**; e **ECN** indica a **Expectativa de Consequências**. A Expectativa de Comentários deve ser entendida como a amplitude e intensidade com que o fato pode vir a

ser comentado pelo público, e a Expectativa de Consequências, como a capacidade que o fato tem de gerar novos fatos.

Para critérios de avaliação, devem-se aplicar os seguintes valores: **5** para **muitíssimo**; **4** para **muito**; **3** para **suficiente**; **2** para **pouco**; **1** para **muito pouco**; e **0** para **nada**.

Segundo o autor, a depender da linha editorial, o jornal pode valorizar mais a expectativa de comentários ou a expectativa de consequências. No caso dos jornais sensacionalistas, a expectativa de comentários tem prioridade, pois é isso que vai garantir as vendas. Por outro lado, a influência do veículo sobre o público está associada à expectativa de consequências, já que é a divulgação constante dos desdobramentos de um fato principal que asseguram o interesse por determinado jornal ou emissora.

Enfatizando a possibilidade de verificação de sua teoria, Gomis (1991, p.105-106, tradução nossa) afirma que

[...] o que leva um jornal a considerar um fato como mais noticioso que outro é a capacidade que ele tem de provocar mais fatos. São esses os que tomam lugar na primeira página e que também despertam mais comentários. [...]

Sendo mais notícia o fato que produz mais comentários e têm mais consequências, o jornal acertará quando destacar como matéria de primeira página um fato que terá, nos dias seguintes, abundância de repercussões informativas e produzirá numerosos comentários, pois ambos estarão presentes nas sucessivas edições do periódico.

3.3 Critérios de seleção

O autor espanhol apresenta ainda quatro fatores que ele considera primordiais na escolha de um fato para ser notícia: resultados; aparecimentos ou presenças importantes; trajetórias; e explosões; e ressalta, no entanto, que o seu objetivo não é o de classificar o material noticioso, até porque uma notícia pode atender a dois ou três desses fatores, mas sim explicar as características que levam um fato a ser noticiado e a exercer influência sobre o público.

Segundo Gomis (1991, p.116), cada um desses fatores acentua um aspecto do fato:

[...] o resultado, o que tem de dados; o aparecimento, o que tem de mensagem; a trajetória, aonde vai, com quem se encontra, o sentido da trajetória, passos ou movimentos, em uma palavra, a tendência; e a explosão, por fim, o perigo, a destruição violenta de vidas humanas, a ameaça, a inquietude.

O resultado é o desfecho de um acontecimento, a exemplo de finais de campeonatos, premiações, sentenças judiciais, pesquisas de opinião, e, muitas vezes, se define como o próprio fato ou serve como resumo daqueles, que por serem complexos, se comentam por alguns dias. Os resultados numéricos possuem mais vantagem, enquanto fato a ser noticiado, e por isso, valores, preços, estatísticas e pesquisas de opinião, inclusive aquelas encomendadas pelos próprios periódicos, têm espaço garantido no noticiário. Os processos eleitorais são considerados uma variação especial dessa categoria, porque possuem precisão numérica e garantem grande repercussão. Como reforça Gomis (1991, p.122, tradução nossa), os resultados são dados que conferem credibilidade ao veículo, “são termos indiscutíveis e referências objetivas dos processos sociais e, como consequência, produzem efeitos futuros”.

Os aparecimentos podem ser entendidos como presença de personalidades importantes ou celebridades, bem como sua morte ou ausência. Considerados uma boa opção, pois requerem uma produção jornalística simples e barata, têm retorno garantido em forma de audiência e comentário, e costumam converter-se em opinião, por meio de declarações, discursos, conferências, entre outros. Essas opiniões, quando convertidas em notícia, “alimentam os comentários que, por sua vez, modificam idéias e a própria imagem da realidade, além de estimular e provocar novas ações” (GOMIS, 1991, p.131, tradução nossa). Embora não precisem ser necessariamente sonoros, os aparecimentos serão sempre eloquentes, uma vez que se trata de personagens reais, que serão apreciados pelo público, não importa se o teor da fala trará benefícios ou consequências desastrosas para o autor da declaração. De acordo com o autor, eles significam a presença do comentário como notícia, a conversão da palavra em fato, o

reconhecimento da importância da subjetividade, e por isso, devem constar em uma teoria do jornalismo.

Já as trajetórias são representadas pelas agrupações significativas como congressos, assembléias, reuniões ou deslocamentos importantes como seqüestros, tráfico de armas ou de drogas. Como geram expectativas, costumam reunir muitas pessoas, e por isso possuem um caráter visual espetacular, constituindo-se como fatos adequados à transmissão televisiva. Além disso, as trajetórias, muitas vezes, são anunciadas com antecedência, permitindo que os veículos se organizem para a cobertura, e o seu desfecho, seja ele positivo ou não, é sempre um novo fato a ser anunciado. Para o autor, as trajetórias apontam uma tendência, sinalizam uma direção, e, sobretudo, duram o tempo ideal, do ponto de vista jornalístico: nem pouco, nem muito.

As explosões, por sua vez, designam os fatos inusitados, imprevistos ou inesperados, como crimes, atentados terroristas, desastres e catástrofes naturais. São fatos mais raros, mas que chamam a atenção de todos imediatamente, e por isso têm espaço privilegiado na conversação humana, e asseguram, aos meios, grande repercussão. No entender de Gomis (1991, p.143-150, tradução nossa), “noticiar explosões justifica-se pela necessidade de examinar as razões de alarme da população e levar o público a adotar uma reação saudável e eficaz”.

Levar em consideração essas e outras características na escolha de um fato a ser noticiado, implica, entre outras coisas, na influência que essa notícia irá exercer no público. O autor aponta que a divulgação dos fatos é, por si só, influente, uma vez que leva a sociedade a crer que o que se apresenta é o que realmente existe.

Nas narrativas tomadas para análise, identificamos a presença de todos esses fatores enumerados por Gomis.

Como resultados, podemos destacar a cobertura do desfecho da fuga de Ellen Andrews, em *Aconteceu Naquela Noite*; as notícias sobre a derrota de Charles Foster Kane nas eleições; as informações sobre a morte do líder guerrilheiro Rafael, em *Sob Fogo Cerrado*; a divulgação das sentenças judiciais de Earl Williams, em *A Primeira Página*, e dos 22 acusados do linchamento de Joe Wilson, em *Fúria*; bem como a corrida desenfreada dos jornalistas para divulgar os resultados do resgate de Leo Minosa, em *A Montanha dos Sete Abutres*, e do seqüestro no museu, em *O Quarto Poder*. É também nessa última película que vemos, de maneira pontual, dados de pesquisas de opinião sobre a popularidade de Sam Baily.

Os aparecimentos encontram espaço em quase todas as narrativas, desde as declarações de Ellen Andrews à entrevista do

Senador Ranson Stoddard, em *O Homem que Matou o Facinora*, passando pela constante presença de Kane nas rádios e nos jornais. As idéias de John Doe, em *Adorável Vagabundo*, bem como as colocações de Howard Beale, em *Rede de Intrigas*, são um exemplo de como opiniões convertidas em notícias podem gerar comentários e provocar novas ações.

As declarações de autoridades estão presentes em *A Montanha dos Sete Abutres*, *A Primeira Página*, *Sob Fogo Cerrado*, *O Quarto Poder*, e *Ausência de Malícia*. A película de Sidney Pollack traz, ainda, a morte, que representa o desaparecimento como um exemplo de aparecimento, já que se dispõe a explicar que *Tereza Perrone* morreu para aqueles que nunca souberam da sua existência (GOMIS, 1991, p.127).

Um exemplo interessante da importância que tem os aparecimentos para os que aparecem e para aqueles que os promovem pode ser visto em *A Embriaguez do Sucesso*. E *O Informante* é ilustrativo dos dois fatores que levam a televisão a optar pelo aparecimento: a importância do que vai ser dito, como no caso da entrevista de Jeffrey Wingand sobre os riscos do tabagismo; ou a reconhecida relevância de quem vai falar, a exemplo da entrevista com o Xeiue Fadrallah (GOMIS, 1991, p.130).

No que diz respeito às trajetórias, podemos citar: a marcha da população em direção à delegacia onde Joe Wilson está preso; as manifestações populares pelas ruas da cidade, além da Convenção John Doe, que implica também no deslocamento das caravanas de diversas cidades até o local do evento; e a concentração de pessoas nas imediações da montanha e em frente ao museu para acompanhar, respectivamente, o resgate de Leo Minosa e o desenrolar do seqüestro feito por Sam Baily.

Já as explosões fazem parte do enredo de *Fúria* e de *O Quarto Poder*, na forma de crimes inesperados (linchamento e seqüestro, respectivamente); de *A Montanha dos Sete Abutres*, visto que o desabamento de pedras no interior da montanha pode ser associado a questões da natureza; e de *Sob Fogo Cerrado*, já que o repórter Alex Grazier foi repentinamente assassinado em meio a um conflito bélico.

Por fim, Lorenzo Gomis (1991, p.175-179, tradução nossa) ressalta que a interpretação sucessiva da realidade social confere ao jornalismo o papel de mediador. Essa mediação se faz por meio do processo de produção da notícia, que, a partir de critérios já estabelecidos, assegura a atenção e o interesse do público pelo que é noticiado. Esse interesse se manifesta através do comentário e da

intervenção social, o que permite classificar a mediação jornalística como generalizada, uma vez que os meios de comunicação se constituem como o “lugar comum da ação pública”, já que não servem, apenas para dar a conhecer ao público sobre o que se passa, mas se convertem também num espaço para que os atores sociais atuem, opinando e fazendo comentários. E sintetiza afirmando que “o que não passa pelos meios está à parte, não tem consistência e não influi”.

3.4 A força do comentário público

Diante do exposto, foi possível perceber como as questões relativas ao comentário público se fazem presente nos *newspaper movies*. Agora, buscaremos analisar qual a dimensão que ele tem nesse tipo de narrativa, enquanto elemento chave do enredo. Para tanto, vamos centrar a nossa análise em três películas: *Adorável Vagabundo* e *A Montanha dos Sete Abutres*, que contextualizam o jornalismo impresso, e *O Quarto Poder*, que aborda o universo da televisão.

O filme de Frank Capra nos apresenta, desde o primeiro plano, a nova concepção de jornalismo que a mudança de direção do *Bulletin* vai empreender ao jornal. Enquanto o periódico, fundado em 1862, pregava *uma imprensa livre destinada a homens livres*, o *New Bulletin* se autodenomina *um jornal eficiente para uma época moderna*. O novo editor chefe, Henry Connel, demite os antigos jornalistas alegando que precisa vender mais e para isso é necessário contratar *melhores profissionais, pessoas sem medo de arriscar, de inflamar discussões*.

Ciente desse novo contexto, a repórter Annie Mitchel decide, então, escrever o seu último artigo sob a forma de uma carta, na qual o cidadão John Doe faz um desabafo sobre as mazelas sociais e afirma que vai externar o seu protesto interrompendo a vida ao se jogar do prédio da prefeitura, na noite de Natal.

No dia seguinte, a cidade desperta em polvorosa por causa do texto. O telefone da prefeitura não pára de tocar. Além dos telefonemas das autoridades e do editor do *Daily Chronicle*, o prefeito recebe chamadas de pessoas da comunidade:

Prefeito – Sim, compreendo muito bem o impacto que isso causou nas nossas comunidades. Já recebi mais de uma dúzia de ligações...

Senhora – Insisto que esse tal de Jonh Doe seja encontrado e que tenha seu emprego devolvido. Se souber que nada foi feito a respeito, falarei com toda a

executiva do governo. Se o senhor não o fizer, a executiva o fará. Nos reuniremos ...

Prefeito – Certo, senhora ... Não se preocupe... Nada aconteceu até agora, estou atento.

A estratégia da jovem repórter consegue atrair a atenção do público. Segundo Lippmann (2008, p.301-302), para obter esse tipo de retorno, o jornal precisa provocar os sentimentos do leitor, levando-o a uma identificação pessoal com o que lê, e oferecendo-lhe uma oportunidade de participar da ação que as notícias representam. A carta de John Doe deixa a cidade *transtornada* e o jornal recebe *nove propostas de emprego para ele; 22 famílias se dispõem a acolhê-lo em suas casas; e cinco mulheres manifestam o desejo de tê-lo como esposo.*

A repercussão da carta faz com que o jornal volte a contratar a senhorita Mitchel, depois que ela sugere a Connel dar vida a John Doe:

Annie – Imagine se houvesse um John Doe e ele viesse aqui ao jornal. O que faria? Arranjaria um emprego e esqueceria toda a história, certo? Eu não. Faria um acordo com ele.

Connel – Um acordo?

Annie – Claro! Se alguém me faz vender milhares de exemplares, não vou jogá-lo no lixo, ainda que me seja de valia por pouco tempo. De hoje até o Natal, quando ele iria se suicidar, escreveria sobre ele todos os dias, começando pela sua infância, sua formação, seu primeiro emprego e como um jovem encara um mundo caótico. Os problemas de um homem comum. Há milhares John Doe no mundo! Até que chegamos ao ponto crítico. Ele se vê desencorajado, apesar do mundo ser lindo. Vê seus ideais irem por terra. O que faz então? Decide suicidar-se em protesto à posição da humanidade. Pensa em se jogar num rio, mas não. Ele acaba de ter uma idéia melhor, a prefeitura, porque deseja atrair a atenção das pessoas. Ele tem algo a dizer e esta é a única maneira de ser ouvido.

Connel – E daí?

Annie - E daí? Ele manda uma carta e eu a publico. Ele nos mostra sua alma e, de agora em diante, eu protesto a favor de John Doe, porque ele questiona todos os males que há no homem, a cobiça, luxúria, ódio, medo. Tudo o que a humanidade exige do homem. As pessoas começarão a se indagar: “será que ele deve se suicidar ou não?” Cartas começarão a chegar de pessoas suplicando-lhe que não o faça. Mas não! John Doe continuará irredutível. Na noite de Natal, faça frio ou faça sol, ele vai saltar. Entendeu?

Connel reluta, mas acaba aceitando a idéia, até porque, encontrar John Doe seria apenas uma questão de escolha, já que dezenas de homens se apresentam ao jornal assumindo a autoria da carta. Annie

e Connel aproveitam a oportunidade para escolher alguém *convincente*, com a aparência de um *cidadão comum* e, sobretudo que *mantivesse segredo* sobre o acordo. Dentre os candidatos, Long John Willowby foi o único a admitir que não escreveu a carta, e que procurou o jornal por causa da quantidade de ofertas de trabalho que estava sendo oferecida a John Doe, na esperança de conseguir um emprego.

A criação e personificação da personagem John Doe num ex-jogador de basquete, já que ninguém *poderia ser mais americano*, é ilustrativo daquilo que Boorstin (1970 *apud* GOMIS, 1991, p.66), denomina de “pseudo-evento” ou “pseudo-fato”. São fatos produzidos precisamente para se tornarem notícia. Como o próprio nome diz, são eventos falsos, mas nem por isso deixam de se transformar em fatos concretos ao serem divulgados pelos meios de comunicação. Constituem, no dizer do autor, “um novo tipo de atualidade sintética que tem invadido nossas vidas”.

Um “pseudo-evento” é um fato programado para ser registrado ou comentado, que estabelece relações ambíguas com a situação real. Seu caráter enigmático favorece o comentário, fazendo que a notícia dure por mais tempo. A publicação da foto de John Doe na primeira página atribui veracidade ao fato e faz com as pessoas comentem ainda mais o teor dos textos publicados diariamente pelo jornal, mesmo sem saber quem ele é exatamente. A coluna, intitulada *Eu Protesto*, traz, a cada edição, um enfoque estimulador do debate social: *contra o colapso da decência no mundo; contra os políticos corruptos; contra a corrupção no estado; contra o fechamento dos hospitais públicos*.

Gomis (1991, p.67) ressalta que o “pseudo-evento” é como uma profecia que se cumpre ao ser pronunciada através dos meios de comunicação. John Doe torna-se uma referência, o que faz com que toda a comunidade pare para ouvi-lo falar, quer seja no auditório da rádio, quer seja acompanhando a transmissão radiofônica do seu discurso. O texto, com um apelo à esperança e à solidariedade, sensibiliza o público que, motivado pela sua presença constante nos jornais, cria o Clube John Doe – Clube do Desconhecido, com o seguinte slogan: *Seja um vizinho melhor!* Em pouco tempo, a idéia se espalha pelo país e milhares de clubes são criados com o objetivo de estimular as pessoas a serem mais solidárias e companheiras, configurando-se num movimento social organizado.

Essa ação coletiva é ilustrativa da força que a imagem jornalística da realidade, construída através do processo de medição, ganha enquanto “referência popular de mudança social”, uma vez que as notícias de grande repercussão estimulam as pessoas a agirem, gerando

novos fatos e fazendo com que eles sejam também noticiados (GOMIS, 1991, p.187).

A dimensão alcançada pela popularidade de John Doe faz com que o poderoso dono do *New Bulletin*, D.B. Norton³⁰, organize a Convenção John Doe, que desloca caravanas dos mais diversos lugares do país e reúne milhares de pessoas, apesar das fortes chuvas.

Dos três tipos de acontecimentos midiáticos, apresentados por Elihu Katz (1993, p.55-56), o que tem maior destaque é o classificado como *missão heróica*, que apresenta a história de um herói disposto a desafiar a lei natural “numa missão de exploração ou reconciliação em nome da Humanidade”. A divulgação midiática transformou John Doe num herói, num sinal de esperança³¹. O locutor da rádio que transmite ao vivo a convenção faz um apelo para que *a vontade em dar e não em receber nada em troca se consolide numa idéia que possa contagiar a nação inteira*.

O autor ressalta, todavia, que já foram feitas inúmeras explorações da tipologia *missão heróica*. A novidade está na capacidade de acompanhar todas as etapas destes feitos heróicos, antes que alguém descubra o resultado. O herói de *Adorável Vagabundo* não tem um final feliz. Por não aceitar submeter-se aos interesses políticos e econômicos de D.B. Norton, John Doe tem sua imagem destruída em plena convenção. *EXTRA: JOHN DOE É UMA FARSA! Investigação conduzida pela Câmara do Comércio*, diz a manchete da edição do *New Bulletin*, distribuída por dezenas de jornalheiros no local do evento.

Uma análise mais criteriosa do enredo nos permite perceber como o comentário público mobiliza o nascimento de John Doe, solidifica a sua existência, e é também fator preponderante para a sua derrocada. Um sentimento de compaixão generalizado mobiliza as pessoas que encontram no ritmo constante das edições do *New Bulletin* o impulso para protestos conjuntos, assim como o atestado de falsidade, estampado na primeira página do jornal, provoca uma revolta imediata.

A nova direção do periódico, ao negar a antiga reputação de integridade da qual ele gozava, dá o primeiro passo a caminho da

³⁰ De acordo com Oliver-René Veillon (1992, p.43-48), *Adorável Vagabundo* marca o final dos anos 1930 e coincide com a ascensão de Adolf Hitler ao poder. Isso proporciona a D.B. Norton características inspiradas no “facismo alemão”, e revela “com bastante clareza o papel da encenação na manipulação das massas”.

³¹ Veillon (Op. cit., p.43) destaca que, nesse filme, “o sujeito que a sociedade reconhece como seu aparece como uma ficção, a mais apropriada para transformar indivíduos numa massa indistinta e manipulável, pronta a se submeter cegamente à primeira autoridade que aparecer – contanto que certa mídia universalize a categoria de tal sujeito”.

eficiência e modernidade fabricando um fato e uma personagem. Gomis (1991, p.72) ressalta que produzir fatos, geralmente, não está ao alcance dos meios de comunicação, com raras exceções. Embora John Doe, talvez, não seja condizente com essas possibilidades marginais que têm os veículos, a questão é: sendo fruto de interesses comerciais de uma empresa jornalística e, mais ainda, de interesses políticos e econômicos dos donos dessa empresa, ele jamais poderia voltar-se apenas para as necessidades sociais do público o qual mobilizou, tampouco “escapar”³², ileso, após contrariar os planos de Norton.

Jaques Rancière (2004, *apud*, MORETZOSHIN, 2007, p.201), lembra que produzir falsas notícias não é algo novo, mas, na atualidade, é preciso buscar mentiras que sejam adequadas à máquina da informação e às relações que ela estabelece com o poder político. O carisma do *adorável vagabundo*, que aumentou imensamente as vendas do jornal, conquistou e mobilizou o país, se apresentava, portanto, como um impulso fundamental para dar início à carreira política de D.B. Norton.

Influência é uma palavra-chave para compreender as atitudes do público diante de John Doe. Gomis (1991, p.153) enfatiza que a influência tem por objetivo provocar efeitos nas atitudes e opiniões dos outros, e se apóia muito mais no prestígio daquele que persuade do que em seus argumentos. A reputação do *Bulletin* fez com que os leitores atribuíssem veracidade à carta escrita por Annie Mitchel, e externassem, publicamente, seus sentimentos em relação ao jovem desconhecido. Apenas os jornalistas do *Chronicle* e as autoridades governamentais duvidaram da autenticidade do texto. O jornal concorrente publicou matérias alegando que *John Doe é uma farsa*, e o governador reiterou suas suspeitas numa coletiva:

Eu não quero saber que foto publicaram. Ainda acho que esse tal desconhecido é um mito e vocês podem citar esta declaração. Eu insisto que isso foi criado para causar tumulto. Vocês sabem tão bem quanto eu que essa coisa toda foi criada por um homem ambicioso, com propósitos ambiciosos, o senhor D.B. Norton!

A carta de John Doe, por sua vez, pode se classificada de acordo com aquilo que Lippmann (2008, p.78) denomina de “amplo apelo”, para o qual são inerentes as qualidades das associações, com

³² O amigo de Long John, Coronel, ao vê-lo aceitar a proposta do jornal, lhe faz um alerta: *Depois que estiver nas mãos deles, não terá como escapar.*

vistas a atingir “suscetibilidades amplamente distribuídas”. E se, por um lado, o texto noticioso não é elaborado para promover uma reflexão, por outro, o ambiente no qual as opiniões públicas atuam está repleto de limitações que impedem uma melhor compreensão das subjetividades presentes nas notícias. Para Lippmann (2008, p.79), esse contexto afeta diretamente a maneira como compreendemos os fatos:

Estas limitações sobre o nosso acesso ao ambiente combinam com a obscuridade e a complexidade dos próprios fatos que impedem a clareza e a justa percepção, substituindo ficções enganosas por idéias aplicáveis, impedindo-nos de adequados exames dos que conscientemente se esforçam em enganar.

Os valores pregados por John Doe geram mudanças nos hábitos cotidianos das pessoas, que encontram no contato dialógico a possibilidade de partilhar seus medos, anseios e alegrias. A mobilização chega a tal ponto que Long John Willowby se sensibiliza com as atitudes das pessoas e com as ações dos Clubes do Desconhecido.

Mas, por ser a influência um instrumento de efeito incerto (GOMIS, p.153), o público, ao se deparar com a edição do *New Bulletin* que revela a farsa de John Doe, reage rechaçando imediatamente o seu herói. Uma pessoa toma lugar na arquibancada incumbido de vaiar, e todos repetem o mesmo ato, enquanto funcionários de Norton impedem Long John de se explicar. A revolta do público também está associada a sua fragilidade enquanto multidão, já que, nessa condição, não é possível ter uma idéia elaborada da realidade.³³

Sendo os fatos jornalísticos “indissociáveis da máquina da informação que os produz ou enquadra” (MORETZSOHN, 2007, p. 207), o resultado de todo o processo é estampado na primeira página: *Comprovado! John Doe é uma farsa! / Clubes são desfeitos*. E, embora Annie reconheça a falsidade dos seus atos, é a reflexão de Connel que melhor sintetiza o rumo dos acontecimentos: *O golpe final foi desfechado!*

³³ Em *Fúria*, Katherine, referindo-se às pessoas que atearam fogo à delegacia, diz a Joe: *Eles não são assassinos. Uma multidão não pensa*.

3.5 A manipulação dos fatos

Se o que norteia o enredo de *Adorável Vagabundo* é a relação entre comentário público e um “pseudo-evento”, o que caracteriza *A Montanha dos Sete Abutres* é a ação do comentário na emergente sociedade midiática, a partir da manipulação de um fato.

Depois de ser demitido de vários jornais de Nova York, o jornalista Charles Tatum consegue uma oportunidade na pequena redação do *Albuquerque Bulletin*. Um ano se passa, e nenhum evento que possa lhe render o prestígio perdido acontece. O desabafo, em forma de monólogo, é, na opinião de Stella Senra (1997, p.125), “um dos mais fulminantes da história do cinema para expressar o aspecto urbano da comunicação de massas e mostrar a cidade grande como espaço de irradiação não só de jornais, mas da mídia em geral”.

Sabe qual é o problema do Novo México? Muitos outdoors! Dê-me aquelas oito árvores do Rockefeller Center. Isto basta para mim. E nada de metrô cheirando agridoce! E que tipo de barulho fazem por aqui? Aquele rumor de 8 milhões de formigas trabalhando! E nenhum show! Nenhuma dama elegante num bar cheio de gente. E pior, nenhum 80° andar pra gente pular. [...] Não tem nenhuma notícia quente por aqui!

Mas, curiosamente, é o deserto do Novo México que vai oferecer a Tatum o furo que ele tanto esperava. Na companhia do recém-formado Herbie, o repórter se dirige a Los Barrios, para cobrir a Caça à Cascavel. No caminho, param para abastecer em Escudero e descobrem que um homem está preso dentro de uma montanha considerada sagrada. O acontecimento é visto pela comunidade indígena como obra dos maus espíritos que moram no local, e já que o mistério *soa bem*, Tatum decide ir ao interior da montanha com seu companheiro, levando consigo a máquina fotográfica.

O decadente repórter vê no incidente a possibilidade de recuperar o seu prestígio, já que, como ele mesmo ensina:

Um é melhor que 80. Interesse humano! Você lê no jornal sobre 84 homens ou sobre 840, ou 1 milhão, como a fome na China. Você lê, mas esquece. Um homem... Você quer saber tudo sobre ele.

A estratégia é simples. Retardar o resgate de Leo para que ele possa transformar o incidente num grande fato jornalístico, e com isso

voltar a trabalhar em Nova York. Depois de conversar com Leo Minosa, mostrar-se amigo, e tirar algumas fotos, Tatum deixa o local, sinalizando para Herbie o que pretende fazer:

Tatum – Tirei umas fotos. Guarde com a própria vida!

Herbie – Não vai me contar o que aconteceu?

Tatum – Quietto Herbie! Estou escrevendo a história.

Herbie – Qual história?

Tatum – Não se lembra? A maldição do Faraó, quando roubaram a sua tumba? Que tal esse ângulo? Tuntacamom no Novo México! A maldição de um velho chefe índio. Homem branco enterrado por espíritos raivosos. O que farão? Vão poupá-lo? Vão esmagá-lo?

Herbie – Como é que ele está? Acha que vão poder tirá-lo?

Tatum – Certamente.

Herbie – Quando?

Tatum – Não sei. Floyd Collins³⁴ durou 18 dias. Não preciso de tanto. Se tiver uma semana...irmão!

Herbie – Está brincando? Você não deseja uma coisa dessas.

Tatum – Eu não desejo nada. Não faço as coisas acontecerem, só escrevo.

Embora movida pelos interesses particulares de Tatum, a estratégia de dar notoriedade ao resgate de Leo só é viável porque o acidente pode ser considerado, um “fenômeno da sociedade”:

Não se trata, portanto, de oferecer apenas o “sensacional” para vender notícias, pois não se trata de “simplesmente” noticiar: não basta que

³⁴ Tatum faz referência ao acidente ocorrido em Kentucky (EUA), no ano de 1929, quando Floyd Collins ficou preso em uma caverna. Durante 18 dias, várias tentativas foram feitas para salvá-lo, e como o repórter [William Burke "Skeets" Miller](#), do [Louisville Courier-Journal](#), mesmo correndo riscos, entrou na caverna e entrevistou Collins, a matéria ganhou repercussão e toda a imprensa passou a noticiar os esforços diários para resgatá-lo. A divulgação continuada das matérias atraiu milhares de pessoas até o local para acompanhar o resgate. Depois de cinco dias, a passagem que dava acesso a Collins desabou e ele não pôde mais receber comida, vindo a falecer, de acordo com as estimativas médicas, dez dias depois, ou três dias antes de encerrarem o resgate, que, por ser considerado perigoso, foi suspenso sem que o corpo fosse retirado. O corpo do explorador de cavernas só foi resgatado dois meses depois, mas a coragem do jornalista lhe rendeu o Prêmio Pulitzer. O fato é considerado um dos três maiores eventos midiáticos acontecidos no período entre guerras. Os demais se referem à viagem de Charles Lindenberg, na qual ele cruzou o Oceano Atlântico, também referenciado por Tatum, e ao seqüestro do seu filho (Fonte: www.wikipédia.com, verbete: Floyd Collins, tradução nossa. Acesso em de 5 junho de 2009).

aconteçam coisas, é preciso que aconteçam um certo tipo de coisas, os chamados “fenômenos da sociedade”, acontecimentos particulares que envolvem pessoas comuns mas que expressam uma sintonia reconhecível socialmente, isto é, “acontecimentos que atraem uma interpretação, mas uma interpretação que já está aí antes deles”. Uma interpretação que se reduz sempre à mesma explicação, e que confirma o senso comum. (MORETZSOHN, 2007, p.202).

No dia seguinte, logo cedo, uma família que pretendia dedicar o fim de semana a uma boa pescaria, chega ao local atraída pela manchete do *Albuquerque Bulletin: Maldição Indígena Sepulta Homem*. O Sr. Ferdeber e sua esposa decidem, então, montar o seu *trailler* e acompanhar o resgate *porque pode ser instrutivo* para os seus filhos.

A chegada deles serve de argumento para Tatum convencer Lorraine, esposa entediada de Leo, a não partir até que tudo seja resolvido:

Tatum – Quer ler o que escrevi sobre você? “A esposa dilacerada tentando ficar perto do marido”.

Lorraine – Vai ter que reescrever.

Tatum – É assim que fica melhor e é assim que vai ser. É o que o povo gosta. É como vou jogar. [...] Estamos os três enterrados aqui, Leo, você e eu. Queremos sair e vamos sair. Viu aquela gente? Acha que são só uns caipiras, não é? Mas eu lhe digo que eles são Senhor e Senhora América. Agora tenho certeza, vão engolir tudo. A história e os hambúrgueres. Vai vender todos os seus sanduíches, sodas e tapetes índios.

Em pouco tempo, o local está repleto de pessoas que querem acompanhar de perto o desenrolar dos fatos. A imprensa também chega ávida por informações. Um “grande carnaval”³⁵ começa a se organizar nas imediações da montanha, simbolizando a nova sociedade midiática que estava por vir. De acordo com Miguel Rodrigo Alsina (2009, p.126), a sociedade da mídia pode ser definida como uma sociedade “que faz acontecer”, multiplicando os fatos em quantidade e tipo.

³⁵ Segundo Giba Assis Brasil (2002, p.42-43), para o diretor Billy Wilder, o filme deveria ser chamado de *Ace in the Hole (As na Manga)*, mas poucos dias antes do lançamento, mesmo sem a aprovação do diretor, a distribuidora Paramount Pictures mudou o título para *The Big Carnival (O Grande Carnaval)*. *A Montanha dos Sete Abutres* é o título da versão em português.

Tatum tem plena consciência de que foram ele e o ingênuo Herbie que fizeram tudo acontecer. E já que *todo mundo gosta*, ele precisa transformar essa explosão em uma história seriada, pois o resgate de Leo em apenas 12 ou 16 horas, se configuraria como um bom resultado, e como ele mesmo explica: *notícia boa não é notícia porque é a notícia ruim que vende mais*.

Mas, para assegurar o seu folhetim, Charles Tatum precisa da convivência do xerife Gus Kretzer:

Tatum – Faça o meu jogo e eu o reelejo ou, então, eu o crucifico. Amanhã terá o seu nome no jornal. O homem que vai dirigir a equipe de resgate! O estado todo o conhecerá. O incansável servidor público Gus Kretzer! Todo dia, em seis dias, será um herói. A eleição está no papo!

Xerife – Eu sou o herói. E você?

Tatum – Muitos repórteres, até de Nova York, vão querer a história. Esta história é minha. Quero que continue minha. E você vai me ajudar. Esse é o trato.

O “às na manga” do ambicioso repórter não só obriga Smollet a retardar o resgate, como também lhe assegura a exclusividade da matéria. Uma tenda é montada no local para abrigar uma improvisada sala de imprensa, mas somente Tatum tem acesso a Leo, transformando-se, assim, no herói da história.

Locutor da rádio (interrompe a transmissão) – Um minuto. Lá está o senhor Tatum. Tentarei trazê-lo ao microfone. Senhor Tatum! Ele vem em nossa direção. Falo por todos ao expressar admiração. [...] O Senhor Tatum vai iniciar outra jornada perigosa ao interior da montanha. Podemos ouvir a multidão aplaudindo...

Recorrendo a Bird e Dardenne (1993, p.268), podemos dizer que as notícias trazem uma infinita repetição da sensação de drama, apelando para temas familiares que são facilmente compreendidos. Por isso, a re-interpretação das mensagens faz da relação interpessoal um canal essencial para o compartilhar coletivo das informações.

O drama é o elemento essencial do folhetim de Charles Tatum. E, em pouco tempo, a paisagem desértica do Novo México dá lugar a uma cidade de barracas e *traillers* que não pára de receber visitantes, um imenso parque de diversões, com pessoas comercializando alimentos e produtos, compondo canções, tirando fotos e, dando entrevistas sobre suas impressões e expectativas, alimentadas, essencialmente, pelos textos de Tatum.

Tatum – Herbie, tenho um serviço para você. Leve a Sra. Lorraine Minosa à igreja. Quero uma foto dela com o terço. Arrume um se não tiver.

Herbie – Que tal uma do curandeiro, vestido à caráter, exorcizando os maus espíritos?

Tatum – É isso aí, pegou o jeito!

Na opinião de Bird e Dardenne (1993, p.274), “um jornalista contador de estórias” utiliza valores “de estórias culturalmente embutidos”, que são retirados da cultura e re-apresentados a essa mesma cultura. A identificação do público com a história seriada de Tatum se deve ao universo simbólico no qual a narrativa noticiosa se insere. No entender dos autores, “as notícias, como os mitos, não ‘contam as coisas como elas são’, mas ‘contam as coisas segundo o seu significado’”. São os códigos simbólicos que permitem ao público reconhecer os elementos presentes nas notícias e se identificar com eles.

O ‘circo’ ainda continua por mais alguns dias, Tatum recupera o seu prestígio, mas a saúde de Leo já está comprometida e ele não resistirá por muito tempo. O jornalista se desespera porque sua *história precisa ter um final feliz*. Ele tem consciência que *não se pode fazer tanta gente de trouxa e, por isso, não pode dar a eles um morto*. Mas, já não há como mudar a estratégia de resgate, porque a broca deixou as paredes da montanha muito frágeis e, então, Leo morre, vitimado pela pneumonia.

Transtornado, Tatum assume o microfone e dá a última notícia:

Leo Minosa está morto. Morreu há 15 minutos, com a broca a três metros dele. Não podemos fazer mais nada. Vão embora todos vocês. O circo acabou!

Enquanto os demais jornalistas correm para dar a notícia em primeira mão, as pessoas, num ato de comoção e respeito, se ajoelham em frente à montanha, antes de partirem. O desespero de Tatum o faz perder o prazo de envio da matéria para o jornal de Nova York que já o havia re-contratado. Ferido, novamente desempregado, e cheio de remorso, Tatum oferece uma nova versão dos fatos: *Leo Minosa não morreu, foi assassinado: “Repórter deixa homem enterrado seis dias”*.

Como relembra Alsina (2009, p.115), toda forma de enxergar é também uma forma de ocultar. Na sociedade midiática, a centralidade dos acontecimentos está no ser humano, e o espaço se abre também às pessoas anônimas e suas circunstâncias, desde que elas possam tornar-se

notícia. E foi isso que Tatum fez ao transformar o acidente sofrido por Leo num folhetim sensacionalista.

Contudo, em ambas as versões oferecidas pelo jornalista existem lacunas. Se a primeira oculta uma possibilidade mais rápida e sensata de resgate, a segunda não apresenta os outros seis *abutores* que o auxiliaram no que ele chama de assassinato: a esposa, o xerife, o empreiteiro, o médico, Herbie, e o público.

Nesse sentido, Alsina destaca (2009, p.124) que, como “a representação é a realidade do sistema da mídia”, muitas vezes a verdade do acontecimento não é pertinente. Por isso, o *diga a verdade* estampado no quadro da redação do pequeno jornal de Albuquerque não era totalmente conveniente para Tatum. Mas o autor enfatiza que essa característica da comunicação midiática não significa que os acontecimentos noticiados sejam irreais:

Muito pelo contrário, por uma parte, os acontecimentos transmitem o imaginário coletivo: as emoções, os hábitos, as representações, etc. Por outra parte, é o *continuum* de acontecimentos, a expressão superficial de uma sociedade, o local das projeções sociais e dos conflitos que ainda não eclodiram.

Por isso, os jornais recorrem “aos níveis mais fascinantes da sociedade”, como alternativa para atrair e fidelizar o público que, supostamente, clama “pela verdade, nada mais que a verdade” (LIPPMANN, 2008, p.285). E todo esse processo de representação midiática está intrinsecamente relacionado ao sistema cultural e é com base nele que se determina o que deve ou não ser noticiado e, sobretudo, a forma da notícia. Quanto a isso, Michael Shudson (1993, p.279) coloca que

[...] o poder dos *media* está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem. As notícias, num jornal ou na televisão têm uma relação com o “mundo

real”, não só no conteúdo, mas na forma; isto é, no modo como o mundo é incorporado em convenções narrativas inquestionáveis e despercebidas, sendo então transfigurado, deixando de ser um tema de discussão para se tornar uma premissa de qualquer possível conversa.

A chegada da família Ferdeber deu a Tatum a certeza de que estava no caminho certo. Sua história já começava a repercutir e, com o passar dos dias, mais e mais pessoas iriam comentar o fato e se deslocar até lá, assim como outros veículos de comunicação. Uma notícia ganha mais importância ao fazer com que um maior número de pessoas se envolva com o fato e comentem sobre ele ao longo de alguns dias. Da mesma forma, a divulgação sucessiva e simultânea de uma mesma notícia faz com que mais verdadeira ela pareça (GOMIS, 1991, p.98; ALSINA, 2009, p.150; MARCONDES FILHO, 2002, p.114).

Os Ferdeber podem ser vistos também como uma caricatura do público midiático que se deixa levar pelas possibilidades de novas experiências oferecidas pelos meios de comunicação. Um público educado para o consumo e apto para receber textos focados no ‘interesse humano’, que buscam inserir o leitor no drama narrado, sem exigir dele uma concepção reflexiva e elaborada acerca dos acontecimentos. A morte de Leo põe um ponto final na história folhetinesca de Tatum, e por isso todos deixam o local, e os Ferdeber, não por acaso, são os últimos a sair, ainda, emocionados.

3.6 O espetáculo midiático

Inspirado no filme de Billy Wilder, *O Quarto Poder* traz o universo televisivo como espaço para análise da relação do comentário público com o espetáculo midiático. Assim como Tatum, Max Brackett sonha em voltar a brilhar em Nova York, na sede da rede CTN, onde já trabalhou há algum tempo. Por enquanto, ele se conforma em cobrir notícias sem grande relevância na filial interiorana, KXBD, em Madeline, na Califórnia.

A matéria do dia é o corte de verbas no Museu de História Natural que tem afetado o funcionamento da instituição e ocasionado

demissões. Enquanto o repórter vai ao banheiro, o ex-segurança Sam Baily entra armado no prédio, na tentativa de reaver o seu emprego. A irredutibilidade da diretora, Sra. Banks, leva Baily a trancar as portas, fazendo todos refêns, inclusive um grupo de crianças que visitavam o local.

Brackett não tem dúvidas da relevância do fato para alcançar os seus propósitos e, do banheiro, sem que Baily perceba a sua presença, entra em contato com a emissora e pede para entrar ‘ao vivo’:

Brackett – Laurie, tem um cara armado aqui dentro do museu.

Laurie – Certo, vou chamar a polícia.

Brackett – Chame o Lou. A polícia, chamamos depois. Temos uma matéria quente aqui, Laurie, não vá estragar tudo.

Lou Potts (editor) – O que foi, Max?

Brackett – Um seqüestrador. Ele tem uma espingarda e uma sacola. Deve ser mais munição. Está com dois adultos e várias crianças.

Potts – Avise o Dohlen que Max entrará ‘ao vivo’. Alguém fez refêns no museu. Max, Mort te chamará ‘ao vivo’. Preste atenção! Há crianças envolvidas. Não quero nenhum circo armado

Brackett – Não se preocupe, temos algo super quente aqui.

Mort – Vamos ao Museu de História Natural, com Max Brackett, onde foram feitos refêns. Onde você está, Max?

Brackett – Estou dentro do banheiro masculino, há uns 15 metros...

Mort – Você tem como sair? Você sabe qual é o motivo dele?

Brackett – Não, mas ele parece bem agitado. Mort, não sei quanto tempo ...

Da sala de edição, Potts ordena que todos os câmeras se dirijam para o local. Enquanto isso, Sam Baily se irrita com a Sra. Banks e dispara, acidentalmente, ferindo o seu colega Cliff Willians. O áudio do tiro e dos gritos das crianças faz com que Potts interrompa a transmissão.

Mort – Foi um tiro, não foi? Max, alguém foi baleado, não consigo ver direito...

Brackett – Lou, ninguém cortou quando a Challenger³⁶ explodiu.

Potts - Nossos telespectadores não precisam ver sangue. Estamos informando a situação. Mort está informando.

³⁶ Brackett se refere ao terrível acidente com a nave espacial Challenger, em janeiro de 1986, que, 72 segundos após o lançamento, explodiu com sete astronautas a bordo. A rede CNN continuou transmitindo, ‘ao vivo’, mostrando, inclusive, o desespero dos familiares dos astronautas (MACHADO, 2003, p.142).

Brackett – Isso é rádio! Temos as imagens e você fica fazendo rádio? Lou, essa é a matéria da sua vida. Dentro de 24 horas, isso virará um circo. Haverá mil pessoas com câmeras aqui. Se não gravar, outros gravarão.

Mort – Ele tem razão!

Potts – Podem ir.

Mort – Restabelecemos contato com o museu. Max Brackett, você está aí?

Brackett – Sim, Mort, ainda estou aqui.

Mort – Desculpe, Max, mas a câmera não responde. Vejo alguém se aproximando do ferido. Não consigo ver direito. Parece a Laurie Callahan. Max, e as crianças?

Brackett – Estão todas juntas, num canto da entrada, com a diretora sentada junto a elas. A professora também está com elas, tentando acalmá-las. Mort, a situação mudou de figura totalmente. Um homem foi baleado. A coisa piorou. É uma situação muito, muito perigosa.

Baily liga a TV e percebe a presença de Brackett. Vai até o banheiro e impede que ele continue a falar, interrompendo a transmissão.

O acidental seqüestro no museu atende às características básicas atribuídas por Katz (1993, p.53-54) como definidoras de um acontecimento midiático. A transmissão ‘ao vivo’ nos transporta, simultaneamente, ao local do evento, que mesmo não tendo sido organizado pelo veículo de comunicação, ganha repercussão a partir do momento em que começa a ser transmitido. O “elemento de grande drama” está na condição de cárcere privado e, sobretudo, na presença das crianças. Sem dúvida, todo o processo será “carregado de emoções ou símbolos”, e se desdobrará em uma série de conseqüências, além de estar centrado e circunscrito, o que assegura a atenção do público para os desdobramentos, que podem (e vão) durar alguns dias.

O autor vai apontar ainda a questão da “centralidade da personalidade”, que significa dizer que o acontecimento midiático precisa ter uma figura heróica, e também a “força de uma norma social” que faz com que as pessoas sintam-se obrigadas a assistir à transmissão. Brackett vai fazer de tudo para ser o herói do que ele designa como *o melhor show da cidade*, mas o público também vai atribuir heroísmo a Baily, um pai de família desempregado, que, num momento de desespero, agiu indevidamente.

Os elementos que compõem essa história já são suficientes para fazer com que a assistência ao noticiário se torne obrigatória. Além de informar as famílias dos envolvidos sobre o que estava acontecendo, a transmissão televisiva mobiliza a imprensa, a população e as autoridades

locais. Para Alsina (2009, p.129-130), a mídia tem uma forma especial de aproximar o indivíduo da realidade, já que a representação que ela faz dessa realidade vai além da percepção de cada um. “O olho eletrônico chega aonde o olho humano não chega”, e por isso, a mediação exercida pela televisão é sentida de maneira tão intensa pelos telespectadores. A transmissão televisiva dá a idéia de completude, uma vez que as diferentes câmeras oferecem diversos pontos de vista, e o recurso do zoom permite ao público ver além do seu campo visual. Não é por acaso, portanto, que Sam Baily descobre a presença de Max Brackett dentro do museu, após ligar o televisor.

Alsina (2009, p.181) destaca, também, que uma das principais funções da mídia é exercer o controle sobre os acontecimentos e, nesse sentido, a presença de Brackett assegura à KXBD a exclusividade na transmissão dos fatos, e ao jornalista, a possibilidade de conduzir as coisas dentro do museu. Tomando por base a fórmula proposta por Gomis (1991), podemos dizer que a emissora acertou quando decidiu noticiar o seqüestro. O crime cometido por Sam Baily tem um **Coefficiente de Interesse Jornalístico** equivalente a cinco (5), o que significa que ele é um evento **multíssimo** importante, uma vez que tanto a sua **Expectativa de Comentários** quanto a sua **Expectativa de Consequências** equivalem igualmente a cinco (5).

Mas para atingir essas expectativas, muitas vezes é preciso dimensionar excessivamente o acontecimento, e, para tanto, é necessário recorrer à dramatização, além de fracionar a divulgação das informações em dias sucessivos (SANCHEZ NORIEGA, 1997, p.88). São justamente esses os recursos que Brackett vai utilizar com o objetivo de recuperar o prestígio e o seu lugar de volta na rede. Depois de convencer Baily a não se entregar, o jornalista o persuade a dar uma entrevista:

Brackett – Veja as pessoas. É a opinião pública. Elas te odeiam porque você fez crianças reféns. E isso é inaceitável. No mínimo, te acham maluco. Sei que você não é maluco. É só um cara normal que perdeu a cabeça, mas você precisa sensibilizar aquelas pessoas. Elas sabem o que é perder o emprego ou conhecem alguém que já perdeu. Elas entenderão, se você falar. Uma coisa que você precisa fazer, antes de se entregar, é dizer a elas o que sente.

Baily – Como?

Brackett – Se eu colocar uma câmera aqui e te entrevistar. E você disser o que se passa, elas vão querer te ouvir. Elas são o seu júri.

O jornalista dramatiza a entrevista de Baily, conferindo ainda mais emoção ao fato.

Brackett – O seu nome é Sam Baily. O peso da lei está sobre você. E, por um simples ato impulsivo, cai na maior armadilha de sua vida. A sua única exigência, Sam, é tão simples que chega a ser absurda e, ao mesmo tempo, tão complexa. O seu nome é Sam Baily e está pedindo o resgate mais comovente: o perdão. E embora o tenhamos em nosso coração, não somos a lei.

E como a linguagem da televisão é essencialmente sedutora, e a ficcionalização dos acontecimentos contribui para influenciar o espectador (MARCONDES FILHO, p.86), 59% do público se coloca a favor do seqüestrador. A dramatização como recurso para atrair a atenção estimula o vínculo entre o espectador e o veículo de comunicação, por meio da criação de um “marco mítico”, a exemplo da clássica dualidade herói e vilão (SANCHEZ NORIEGA, 1997, p.92). No filme, vemos algumas pessoas comercializando camisetas com o slogan: *Sam – o nosso herói*, e um grupo cantando um *rap* em favor de Cliff Willians.

Mas, de acordo com Gomis (1991, p.157), o interesse do público pelos eventos é flutuante e está mais associado à ocorrência de fatos concretos e dramáticos do que simplesmente ao aumento da cobertura informativa. Por isso, ao longo da narrativa, vamos ver que, se num primeiro momento, a manifestação de apoio a Baily retarda até mesmo a ação do FBI, que pretendia invadir o museu, depois de três dias de seqüestro, a opinião do público vai sofrer uma interferência direta das entrevistas dos pais das crianças, reduzindo a 32% o percentual dos que ainda apóiam o ex-segurança.

Além da rejeição popular, Baily vai sofrer também as conseqüências das disputas de poder entre Max Brackett e o âncora da rede, Kevin Hollander. O repórter já havia editado uma matéria em que amigos e familiares de Baily davam depoimentos positivos a seu respeito. A queda nos índices da pesquisa faz com Hollander utilize as mesmas entrevistas para conferir um caráter depreciativo à personalidade do ex-segurança. Os jornalistas não chegam a um acordo, e a segunda matéria vai ao ar, acrescida do áudio das conversas entre Brackett e Baily, no interior do museu, que revelam as articulações do repórter para conduzir os fatos.

O ônus do espetáculo midiático, em muitos casos, afeta definitivamente a vida das pessoas. A manipulação da informação televisiva não é perceptível ao espectador, já que a montagem implica em deduções imediatas. Por isso, quando Baily diz que não tem medo da televisão, Brackett o contesta: *Tenha medo sim, tenha muito medo!*

Diante do descrédito da população e sob a pressão do FBI, Sam Baily liberta os reféns. Mas a notícia da morte do seu amigo, Cliff Williams, o deixa completamente transtornado e, ao invés de se entregar, explode o museu com dinamites. Ferido pelos estilhaços, e cercado por dezenas de repórteres e cinegrafistas, Brackett sintetiza a situação: *Nós o matamos!*

De acordo com Muniz Sodré (1996, p.150-151), o jornalismo audiovisual norte-americano desenvolveu uma compulsão coletiva para o espetáculo, que leva as notícias diárias a serem transformadas no “show do dia”, no qual, a pauta principal é, basicamente, o sofrimento do outro. Max Brackett vê no desequilíbrio emocional de Sam Baily o elemento básico para transformar o seu ato impulsivo num verdadeiro show televisivo.

E para ser espetáculo, é preciso dramatizar. Mas os recursos utilizados para tanto não permitem que o público perceba claramente questões sociais subjacentes aos acontecimentos, uma vez que, de modo geral, as informações se apresentam de uma maneira sugestiva sobre como nós devemos senti-las e percebê-las. No caso da televisão, as sugestões são potencializadas pela transmissão ao vivo que faz do repórter uma testemunha do fato.

Sam Baily impede Brackett de continuar falando, depois que o encontra no banheiro. No entanto, o âncora continua ‘ao vivo’, e, rapidamente, a polícia, a imprensa e centenas de pessoas se aglomeram em frente ao museu.

Mott – A nossa operadora de câmera nos informou que o nome da vítima é Cliff Williams, segurança do museu. [...] O seqüestrador mostrou que está disposto a atirar.

Baily (ao ver a TV) – É mentira! Foi um acidente. Só quero o meu emprego de volta.

Ele olha para fora e, ao ver o movimento, diz:

Baily – Agora, não conseguirei o meu emprego de volta. Todos sabem quem eu sou, onde estou. A culpa é sua. Todos estão aqui por sua causa.

Brackett – Não. Estão aqui porque você atirou em alguém.

A mídia tem a potencialidade de tornar os acontecimentos visíveis. Muitos fatos que, por si mesmo, não teriam grande repercussão, ganham dimensão e importância através da representação midiática. Mas, a supervalorização dada por Brackett ao acontecimento não

permite ao público perceber a diferença entre o que está realmente acontecendo e o que é espetáculo.

E embora a participação afetiva, gerada pela transmissão televisiva, se configure numa participação alheia ao acontecimento em si (ALSINA, 2009, p.130), podemos dizer, entretanto, que a notícia atingiu seus objetivos porque levou as pessoas a comentarem o fato e se indagarem acerca de suas conseqüências (GOMIS, 1991, p.92). A aglomeração em frente ao museu, por dias sucessivos, é ilustrativa da repercussão do sequestro e de seus desdobramentos, o que fez com que todas as emissoras deixassem de cobrir a fraude do Banco Foothill Federal³⁷.

Potts (para Laurie) – Fizeram um acordo na fraude do Banco Foothill, ontem. Com toda essa bagunça, ninguém vai notar. O Brackett tinha razão. O cara é um ladrão! Muitos perderam as suas economias e ninguém está fazendo a matéria.

De acordo com Marcondes Filho (2002, p.113-114), quando uma emissora noticia algo importante, as demais passam a cobrir o evento, numa “reação orquestrada, contínua e geral”, que faz com que o fato pareça ainda mais verdadeiro. A transmissão televisiva ‘ao vivo’ intensifica essa aura de veracidade do fato porque torna ainda mais coincidentes duas velocidades: a do movimento do mundo e a da produção do discurso jornalístico sobre este movimento (FRANCISCATO, 2005, p.239-240).

Partindo desse contexto, podemos destacar a proposta de Sánchez Noriega (1997, p.79, tradução nossa), que coloca o comentário público como uma das etapas de uma cadeia de comunicação: “fatos (realidade) -> notícia (realidade mediada) -> comentário (posição mediante a realidade noticiosa) -> conclusões e efeitos sobre o usuário (recepção da realidade mediada)”. O comentário público pode ser compreendido, por conseguinte, como uma forma de expressão do público receptor sobre a realidade mediada. E essa expressividade também exerce influência sobre o veículo de comunicação, interferindo diretamente na veiculação de novos conteúdos.

No filme, vemos Kevin Hollander, que num primeiro momento resiste em veicular a notícia sobre o seqüestro, mudar de idéia, a partir do resultado das pesquisas de opinião:

³⁷ O filme começa com Brackett cercando o diretor do Banco Foothill para conseguir uma declaração sobre a fraude, o que faz com que Potts rejeite a matéria. No *standup*, o repórter diz que foi uma reportagem da KXBD que deu origem às investigações.

Hollander – Cinquenta e nove por cento dos americanos simpatizam com um criminoso armado. O cara pede perdão e eles dizem: ‘Claro, porque não?’ Dá uma matéria fascinante. [...] Temos que aproveitar. O cara virou o herói dos injustiçados. Por quê? Como aconteceu? Dá uma grande audiência Supervisor – E está na nossa emissora. Dá uma grande reportagem.

Mas, como diz o próprio Brackett, *o público é volúvel* e o apoio a Baily é *limitado*. As entrevistas dos pais das crianças conseguem influenciar ainda mais a sensibilidade das pessoas que mudam de opinião rapidamente, alterando, conseqüentemente, a posição da emissora.

Hollander – Quero ser o mais objetivo possível.

Brackett – Não está sendo objetivo. Vai ferrá-lo!

Hollander – Ele se ferrou. Acabou. A história é outra.

Brackett – Ele é a mesma pessoa. Não faça isso. Ele é um inocente.

Hollander – Certo, coloco isso também. É um bom ângulo.

Brackett – Isso não é um ângulo, é a verdade. Vai matá-lo! Não vou te deixar destruí-lo.

Hollander – Ele atirou no segurança.

Brackett – Foi um acidente, eu vi. Não sabia que ele estava lá, nem que as crianças estavam. É só um desempregado, um pai de família.

Hollander – Aprecio a sua humanidade, sério.

Brackett – E a sua?

Hollander – Corta essa, cai fora!

Mas já não é mais possível a Brackett *deslocar a linha*. *Sam Baily pertence à emissora*. E são esses os interesses que prevalecem. Baily e Brackett tornaram-se vítimas da persuasão televisiva. Enquanto um se inspirou nos seriados da TV, que fazem crer que *basta segurar uma arma para ser ouvido*, o outro confiou ao público o desfecho do seu espetáculo televisivo. E como tudo o que é submetido a uma exposição excessiva queima, ambos deixam o drama midiático com a vida e a carreira, respectivamente, destruídas.

3.7 O comentário público e as narrativas cinematográficas

Alsina (2009, p.131) compreende que os acontecimentos se configuram como a imagem que a sociedade oferece sobre si mesma e

sobre outras sociedades. E sendo o cinema, como já dito anteriormente, o veículo da representação que a sociedade dá de si mesma, podemos dizer, então, que a representação que o cinema faz do jornalismo nos oferece uma imagem da complexa relação que a instituição jornalística estabelece com a sociedade.

Um dos fatores fundamentais dessa relação é o comentário público, e ele se apresenta nas narrativas como um componente de significativa importância para os enredos, se fazendo presente em todos os filmes analisados, quer seja pelos elementos que compõem o processo de escolha dos fatos mais noticiáveis ou pela interferência concreta no desfecho dos acontecimentos.

A opção por destacar o comentário público faz com que o cinema hollywoodiano componha uma imagem expressiva do jornalismo, demonstrando como ele participa ou interfere na criação do presente social de referência, da mesma forma que revela como o público se apropria das narrativas jornalísticas para elaboração da sua visão de mundo, no contexto de suas relações sociais.

Podemos começar falando da mediação jornalística da realidade e de como o público lida com ela. Não sendo possível estar em todos os lugares ao mesmo tempo e diante da necessidade latente de se informar sobre tudo o que está acontecendo, delegamos ao jornalista a função de nos dar a conhecer os fatos mais relevantes. A satisfação do rito diário de obter informações por meio do jornalismo leva a sociedade a reconhecer o papel de mediador do jornalista, conferindo-lhe total credibilidade.

Charles Tatum e Max Brackett são os únicos que mantêm contato com as principais fontes das histórias. São eles que revelam o que ninguém mais pode dizer e que o público deseja avidamente conhecer. A exclusividade na transmissão das informações lhes atribui o papel de testemunha oficial dos fatos, bem como os coloca na posição de herói dos acontecimentos, dotados de ‘coragem e solidariedade’ únicas.

Annie Mitchel nos oferece um contraponto interessante. Tendo em vista que o fenômeno John Doe não se trata de nenhum tipo de explosão, mas que resulta num movimento social bem articulado, a jornalista vai cumprir o seu papel de mediadora, colocando-se como o elo entre D.B. Norton e John Doe, que podem ser interpretados, respectivamente, como a esfera dos poderes econômicos e políticos, e a sociedade.

É a ciência do poder de influência que esse papel de mediador lhes confere que faz com os três jornalistas conduzam o fato, segundo os

seus interesses. A opção por uma história exclui, automaticamente todas as outras que não serão contadas (BIRD; DARDENNE, 1993, p.277), fazendo crer o público que o que está sendo noticiado é de fato o que há para ser relatado (GOMIS, 1991, p.156). E a influência se torna ainda mais intensa quando se trata de temas sobre os quais as pessoas possuem menor conhecimento (SÁNCHEZ NORIEGA, 1997, p.133). Um fato ilustrativo está em *A Montanha dos Sete Abutres*, quando um homem, ao dar uma declaração para a rádio, explica que existe uma forma muito mais rápida e fácil de fazer o resgate. Tendo sua fala contestada por Tatum, ele fica inseguro e ninguém lhe dá atenção.

Essa capacidade de influenciar a consciência social dos indivíduos deve-se, essencialmente, ao fato de o jornalismo relatar acontecimentos que estão distantes da nossa experiência direta. Como reforça Lippmann (2008, p.184-185):

O relato do que aconteceu fora de nossa visão e audição num lugar onde nunca estivemos não pode e nunca poderá ter, exceto brevemente como num sonho ou fantasia, todas as dimensões da realidade. Mas ele pode despertar todas, e algumas vezes ainda mais emoções do que a realidade.

Por isso, as pessoas transformaram o desabafo de John Doe numa bandeira de luta social, assim como se sentiram mobilizadas a acompanhar a resgate de Leo Minosa e o desfecho do seqüestro no Museu de História Natural. Retomando também *Fúria*, podemos encontrar aqui uma das explicações plausíveis para justificar o impulso coletivo que levou os moradores a uma tentativa de linchamento do homem que eles, baseados em relatos, julgavam ser um criminoso.

O “gatilho da emoção” pode ser disparado por mais de um estímulo, oriundos de imagens faladas ou impressas. Mas como essas imagens são flutuantes e desaparecem facilmente, elas acabam sendo substituídas por outras figuras, nomes e símbolos (LIPPMANN, 2008, p.185). Nesse sentido, Gomis (1991, p.92-93) coloca que é a notícia mais valorizada é aquela que consegue ficar guardada na memória do público por mais tempo, auxiliando-o na interpretação de fatos posteriores. Por isso, Tatum evoca o acidente de Floyd Collins e Brackett, a explosão da Challenger. De uma maneira mais abstrata,

Annie Mitchel vai justificar a dimensão do movimento, dizendo que os discursos de John Doe apenas repetem o que as pessoas *já ouviram milhares de vezes: amar o próximo; depois da tempestade vem a bonança; dê a outra face...*

Quando se trata da televisão, o fator emoção ganha outra dimensão, já que, tal qual o cinema, ela possui recursos para manipular o envolvimento do espectador com o acontecimento. “Por isso, as lágrimas são mais importantes que a verdade na TV” (MARCONDES FILHO, 2002, p.86). A força da ação da imagem televisiva no imaginário coletivo pode ser percebida pela justificativa do ato de Sam Baily, como também pela inocente fala de uma das crianças refêns ao ver a arma na mão dele: *Tomara que aconteça um tiroteio!*

A análise nos permite perceber que os filmes trazem, subjacentes aos seus enredos, a constituição simbólica inerente à compreensão do mundo, oriunda do contato com a imagem da realidade criada pelo jornalismo. Como coloca Bird e Dardenne (1993, p.265),

[...] muito do que aprendemos pode ter pouco a ver com os “factos”, “nomes”, e “números” que os jornalistas tentam apresentar com tanta exatidão. Estes pormenores – significantes e insignificantes – contribuem todos para o bem mais amplo sistema simbólico que as notícias constituem. Os factos, nomes e detalhes modificam-se quase diariamente, mas a estrutura na qual se enquadram – o sistema simbólico – é mais duradoura. E poder-se-ia argumentar que a totalidade das notícias como sistema simbólico duradouro “ensina” os públicos mais do que qualquer das suas partes componentes, mesmo se essas partes tivessem como finalidade informar, irritar ou entreter.

E o comentário, enquanto expressão do público mediante a realidade noticiosa, se apresenta nos filmes como uma espécie de retrato desse aprendizado proporcionado pelo jornalismo.

O cinema hollywoodiano do século XX, através dos *newspaper movies*, nos oferece, portanto, uma visão do jornalismo que vai além do característico processo de produção da notícia. Ao representar a influência que o comentário público acerca das notícias exerce na

sociedade, bem como fatores intervenientes nesse processo, os filmes revelam a simbologia presente na constituição da imagem jornalística da realidade. Imagem que, assim como a cinematográfica, se pauta na verossimilhança para criar um mundo referencial. Todavia, enquanto o cinema se vale da *impressão de realidade* para estabelecer uma identificação com os espectadores, o jornalismo se baseia na *ilusão de realidade* (ALSINA, 2009, p.45-46)³⁸, para criar o presente social de referência, que tem no comentário cotidiano das notícias uma das etapas mais importante do seu processo de mediação.

³⁸ Alsina coloca que, a partir da concepção da mídia como construtora da realidade, existem autores que atestam que “a mídia tende a construir uma realidade aparente, uma ilusão”, por meio da manipulação (DOELKER, 1982; ENZENSBERGER, 1972) ou da simulação (BAUDRILLARD) da realidade social.

CAPÍTULO 4 - MATIZES DA ÉTICA JORNALÍSTICA NO CINEMA

“Não há ética sem liberdade, sem capacidade de traçar sua própria via, de escolher entre diversos caminhos abertos”.

Daniel Cornu

Se para o cinema, a verossimilhança é condição *sine qua non* para a sua existência, no que concerne ao jornalismo, ela se apresenta como meio pelo qual “a informação compõe o campo de credibilidade e de verdade que habilita a mídia ao exercício de sua função de ‘expositor do real’” (BERGER, 2002b, p.279).

Sendo, portanto, elemento fundamental para ambas as narrativas, a verossimilhança se constitui como fator que reforça a possibilidade de análise da interface entre o jornalismo e o cinema. Uma vez que a cinematografia hollywoodiana se dispôs, desde os seus primórdios, a retratar a profissão nas suas mais diversas nuances, os *newspaper movies* americanos se configuram como *locus* privilegiado para essa apreciação.

E se, como destaca Sánchez Noriega (2004, p.8), observar o cinema é sempre um exercício de reflexão sobre nossa identidade e localização no mundo, podemos enfatizar que a representação do jornalismo presente nos filmes produzidos em Hollywood, ao longo do século XX, nos permite avaliar aspectos inerentes ao fazer jornalístico, pois, embora se trate de narrativas ficcionais, as questões que norteiam os enredos encontram eco em situações cotidianas da prática profissional.

Dentre essas questões, as que merecem maior destaque são, seguramente, as que dizem respeito à ética jornalística. No decorrer das próximas páginas, faremos uma abordagem desse tema, tomando, como proposto inicialmente, as obras de Francisco Karam, *Jornalismo, Ética e Liberdade* (1997) e *A Ética Jornalística e o Interesse Público* (2004), além de outros autores relevantes, com o objetivo de analisar ações, estratégias e conflitos presentes no enredo dos filmes.

Sendo o jornalismo uma atividade que opera diretamente com a realidade cotidiana, através do exercício de mediação dessa mesma realidade, tornam-se inerentes ao seu fazer conflitos de ordem moral e ética. De acordo com Karam (2004, p.25), “a mídia traz, diariamente, essa carga enorme de conflitos e problemas humanos em sua

emergência cotidiana”. E para lidar com esse contexto, duas condições fazem-se essenciais ao exercício da profissão: a *liberdade*, “cuja garantia é competência das sociedades e, particularmente, do Estado”, e a *responsabilidade*, “que é própria do agente, que dele parte e dele é exigida pelo indivíduo, pela comunidade e pelo Estado” (BELTRÃO, 1992, p.157, grifos do autor).

Falar de ética, no contexto da difusão midiática de informações, implica, sobretudo, pensar as relações humanas a partir do compromisso com o outro, pois as noções de liberdade do indivíduo são intrínsecas ao campo da universalidade humana, no qual é preciso perceber o movimento do outro para poder conhecer e reconhecê-lo. Por isso, “a informação diária, que pode mostrar o mundo para si mesmo, é requisito indispensável para que o sujeito que se constrói com os outros cotidianamente não seja um mero apêndice encostado na sociedade” (KARAM, 1997, p.22-23). E como o ato jornalístico de informar não pode ser entendido como uma ação individualizada, a liberdade deve preceder a ética do jornalista, levando o profissional a reconhecer a liberdade de informação, bem como a liberdade do outro, como um direito pelo qual deve lutar (CORNU, 1999, p.132). Como enfatiza Beltrão (1992, p.161), o jornalista, para cumprir a sua missão de auxiliar os outros, deve exercitar a sua liberdade amplamente, pois

[...] somente uma convicção profunda de que liberdade e responsabilidade são coisas inseparáveis; de que liberdade não significa indiferença ao bem geral e individual; de que liberdade não é “o direito de fazer o que me pareça, nem a necessidade de fazer o que o ditador me imponha, mas, ao contrário, é o direito de fazer o que eu devo”; de que não expressa a faculdade de contra ela nos erguermos; de que “liberdade e lei, liberdade e obrigação moral são idéias correlatas”; de que, em última análise, a liberdade não é um fim – somente com essas convicções, adquiridas pela experiência e pela educação, é que poderemos, nós próprios, escolher os caminhos e traçar os limites da liberdade, distinguindo-os, quando impostos pela lei jurídica, para atacá-los em nome da própria liberdade”.

Esse exercício da liberdade por parte dos jornalistas está estreitamente relacionado com a questão do Direito Social à Informação. De acordo com o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, lembrada por Karam (1997, p.17): “*Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independente de fronteiras*”.

Nesse sentido, podemos destacar, inicialmente, o reconhecimento da liberdade de imprensa nos Estados Unidos. Embora a primeira Constituição americana, de 1787, não reconheça explicitamente a liberdade de imprensa, a Primeira Emenda à Constituição, criada em 1791, determina que “*O Congresso não fará nenhuma lei restritiva da liberdade de palavra ou imprensa*” (CORNU, 1999, p.153-154). Segundo Cornu (1998, p.119), a Primeira Emenda gerou “um mito de liberdade de imprensa” que permanece forte no país até hoje fazendo com que a sociedade civil americana a veja como uma lei natural. A evocação a esse direito está presente nas películas analisadas, desde *O Homem que Matou o Facínora* a *O Informante*.

O Homem que Matou o Facínora

Dutton Peabody (para Liberty Valance) – Liberty Valance toma liberdades com a Liberdade de Imprensa?

Dutton Peabody (para Ramson Stoddard) – Eu falei mesmo para aquele Liberty Valance sobre liberdade de imprensa!

A Primeira Página

Walter Burns (para o Xerife que quer detê-lo) – Já ouviu falar da Primeira Emenda? Garante a Liberdade de Imprensa e a Sala de Imprensa.

Ausência de Malícia

Davideck (Advogado do jornal para o qual Megan Carter trabalha) – A Primeira Emenda diz que ela não precisa revelar a fonte.

O Informante

Esposa – É um país grande, com a imprensa livre. Pode trabalhar em outro lugar.

Lowell Bergman – “Imprensa livre”? A imprensa é livre para os seus donos.

Cornu (1999, p.173) ressalta, também, que as mudanças tecnológicas pelas quais passou o jornalismo, no decorrer dos dois

últimos séculos, modificaram esse conceito de liberdade de imprensa. Do XIX, conhecido como o século da imprensa por excelência, ao XX, que viu nascer os meios de comunicação audiovisuais, “as fronteiras da liberdade” foram alteradas pelas novas tecnologias:

No século dos *media*, o espaço pretendido pelo público, no seu direito a ser informado, e pelos próprios agentes da informação, em particular os jornalistas, oferece uma imagem muito mais complexa do que a do tempo em que a liberdade de imprensa, tal como as outras liberdades fundamentais, visava essencialmente proteger o indivíduo contra a influência do Estado e dos seus órgãos.

Essas transformações afetaram também a lógica de mercado na qual se inserem os meios de comunicação e, conseqüentemente, as relações que o jornalismo estabelece com o público, com a empresa jornalística e com as esferas política e econômica da sociedade. A liberdade, neste contexto, está, portanto, associada aos conflitos oriundos dessa estrutura que tem reflexos diretos no fazer jornalístico. Nesse sentido, Karam (1997, p.26-27, grifo do autor) ressalta que o direito social à informação não pode “estar submetido à lógica e limites dos interesses políticos, financeiros e mercadológicos por onde transita, atualmente, o mundo da comunicação e de seus donos”, assim como não pode “ser restringido pela deliberada manipulação de repórteres, editores e fontes”. O autor destaca que, como possibilidade de garantir efetivamente esse direito, a informação deve circular em torno de dois eixos: a *democratização dos meios de comunicação* e a *mudança da noção de ética da profissão*.

Uma reflexão sobre a ética jornalística perpassa também pela condição de responsabilidade apontada por Beltrão (1992, p.167), para quem o jornalismo, verdadeiramente livre e consciente de suas finalidades, deve ser responsável para com “o indivíduo e a coletividade”, “para com a pátria” e “para com a comunidade internacional”. Mas como lembra Nilson Lage (2005, p.103), o jornalista não pode ser ético sozinho, por isso o compromisso responsável com a produção e difusão das informações sofre influência direta dos condicionamentos impostos pela empresa de comunicação, e também pelo comportamento do público frente a esse acesso, uma vez

que é ele o “primeiro titular da liberdade de expressão” (CORNU, 1999, p.201).

As três películas analisadas no capítulo anterior são bem ilustrativas dessa configuração. Ambos os filmes apresentam jornalistas que colocam a ambição pessoal acima do dever jornalístico. Annie Mitchel, Charles Tatum e Max Brackett não assumem o seu compromisso com os indivíduos, protagonistas dos fatos, tornando-os vítimas de suas histórias. Contudo, esses repórteres não agem sozinhos. Além da convivência das empresas jornalísticas para as quais trabalham, suas atitudes encontram força no público, que se envolve com as narrativas seriadas, contribuindo para fortalecer a decisão sobre a manipulação dos fatos.

Os filmes em questão refletem três momentos distintos, décadas de 1940, 1950 e 1990. No entanto, ambos apresentam a prática de um jornalismo que se vale do sensacionalismo para conquistar o público e o prestígio profissional. *Adorável Vagabundo*, *A Montanha dos Sete Abutres* e *O Quarto Poder*, como boa parte dos *newspaper movies*, podem ser tomados como exemplo de um jornalismo que não preza pela ética e pelos valores morais. Um olhar mais apurado, todavia, mostra que os filmes também permitem avaliar os conflitos de valores e significados inerentes ao jornalismo (KARAM, 1997, p.39). Ao mesmo tempo em que utilizam a fragilidade de John Doe, Leo Minosa e Sam Baily para alcançar seus objetivos escusos, os jornalistas acabam se envolvendo emocionalmente com eles, abrindo mão do prestígio alcançado para tentar impedir que os seus personagens morram. A exceção do filme de Capra, é a tragédia que marca tanto o fim da vida das vítimas quanto da carreira dos jornalistas.

4.1 *Se non é vero, é bem trovato*³⁹

A responsabilidade jornalística é, simultaneamente, individual e coletiva, e deve prezar pela veracidade dos conteúdos noticiosos e pelo respeito aos acontecimentos e ao público. De acordo com Javier Darío Restrepo⁴⁰, os códigos de ética estabelecem uma escala de prioridades

³⁹ Provérbio popular italiano que diz: *Se não é verdadeiro, é bem criado*.

⁴⁰ O colombiano Javier Darío Restrepo é um renomado especialista em ética jornalística, que trabalha com espaço chamado *Consultório Ético*, na Fundação do Novo Jornalismo Ibero Americano, criada por Gabriel García Márquez. Restrepo responde, periodicamente, a

para o jornalista e para os meios de comunicação. Segundo ele, primeiro se coloca a responsabilidade para com os leitores, e depois, para com o país. Em terceiro lugar, está o respeito à comunidade internacional, e, por fim, a responsabilidade junto ao meio de comunicação.

A ausência completa de responsabilidade em todas essas vertentes pode ser encontrada no clássico *Cidadão Kane*, que é tomado, de modo recorrente, para ilustrar as questões inerentes ao *jornalismo amarelo*, uma prática que, segundo Emery (1965, p.448), pode ser considerada como um jornalismo “sem alma”:

Na verdade, os jornalistas “amarelos” proclamavam em voz alta seu interesse pelo “povo” e se diziam campeões dos direitos do homem comum; mas, ao mesmo tempo, eles obstruíam os canais de informações dos quais dependia o homem comum, com um sensível desrespeito pela ética e responsabilidade jornalísticas. Era uma espécie de jornalismo gritante, espalhafatoso, sensacional e temerário que seduzia o leitor por todos os meios possíveis. Lançava mão das técnicas de redação, de ilustração e impressão, que eram o orgulho do novo jornalismo, para perverter os costumes. Fazia do elevado drama da vida um significativo melodrama e torcia os fatos da vida quotidiana em qualquer coisa que melhor conviesse para promover a venda dos jornais pelos pequenos jornaleiros a gritarem suas manchetes. E o pior do que tudo, em vez de dar aos seus leitores uma eficiente orientação, apresentava-lhes paliativos do pecado, do pecado do sexo e da violência.

perguntas sobre ética aplicada ao jornalismo. Aqui, nos referimos à Consulta 216, na qual um jornalista boliviano descreve uma situação em que, ao perceber que estava sendo utilizado pelo proprietário do veículo para o qual trabalhava, se negou a continuar redigindo os textos. O profissional questiona se agiu corretamente, ao que Restrepo responde pontuando as prioridades estabelecidas pelos códigos de ética. Site: www.fnpi.org.br/consultorioetico. Acesso em abril de 2008.

Ao assumir a direção do *Inquirer*, o jovem Charles Foster Kane publica, na primeira página, o que ele denomina de *Declaração de Princípios*:

Eu darei ao povo dessa cidade um jornal diário que mostrará as notícias com sinceridade.

As pessoas saberão quem é o responsável e terão a verdade de forma rápida, simples e divertida.

E nenhum interesse especial irá interferir nessa verdade.

Eu também farei uma luta sem trêguas pelos seus direitos como cidadãos e seres humanos.

Contrariando seus “princípios”, Kane, numa conversa com o seu tutor, Sr. Walter Tatcher, revela a sua maneira peculiar de lidar com a realidade dos fatos.

Sr. Tatcher – É assim que deve dirigir um jornal? (Numa referência às sucessivas matérias sensacionalistas que vinham sendo publicadas no Inquirer)

Kane – Não sei dirigir um jornal, apenas tento formas novas.

Sr. Tatcher – Sabia que não há provas de que essa ‘armada’ está em Jersey?

Kane – Pode provar que não está?

Sr. Berstein se aproxima deles com o telegrama de um correspondente do jornal, e pede permissão para lê-lo.

Kane – Não guardamos segredos de nossos leitores. O Sr. Tatcher é um dos nossos maiores leitores. Ele conhece cada erro do Inquirer, desde que eu o assumi. Leia!

Sr. Berstein – “Garotas deliciosas em Cuba (ponto) Posso te mandar fotos sobre a paisagem, mas não quero gastar o seu dinheiro (ponto) Não há guerra em Cuba. Assinado Wheeler”. Respondo?

Kane – Sim. “Caro Wheeler: providencie as fotos, eu providencio a guerra⁴¹”.

Essa frase se tornou o célebre exemplo do método “*I Make News*”, que Willian Randolph Hearst utilizava para conduzir o seu *New York Journal*. De acordo com Francisco Bermesolo (1962, p.43), em

⁴¹ A única prova de que Hearst realmente usou essa expressão consta nas memórias escritas, em 1901, pelo repórter James Creelman, que também havia sido enviado a Cuba. Segundo ele, Frederic Remington, parceiro de Richard Harding Davis na ilha, havia telegrafado a Hearst dizendo que a paz reinava em Cuba, que não haveria guerra e que retornaria aos Estados Unidos. Em resposta, ele recebeu o seguinte telegrama: “Remington, Havana. Queira permanecer. Você enviará as fotos e eu farei a guerra. W. R. Hearst” (EMERY, 1965, p.467-468).

1896, ele enviou a Cuba um dos seus repórteres “de objetividade mais duvidosa”, Richard Harding Davis, para verificar o que estava acontecendo na ilha. A publicação de montagens com desenhos e fotografias se tornou, a partir de então, frequente, com o objetivo de ilustrar a ‘crueldade’ da dominação espanhola. Segundo Emery (1965, p.467), essas montagens pareciam autênticas e davam, aos leitores, a impressão de veracidade daquilo que os correspondentes noticiavam. As informações do *Journal* fizeram com que outros periódicos de mesma linha também enviassem correspondentes a Cuba, e, em poucos meses, a imprensa amarela criou, nos Estados Unidos, uma predisposição à guerra contra a Espanha, forçando o presidente William McKinley a declarar guerra, após a explosão do encouraçado *Maine*⁴². O conflito ficou conhecido como a “guerra de Hearst”, e é aludido no filme pelo diálogo entre Berstein e Leland:

Leland – Vamos declarar guerra à Espanha ou não?
Berstein – O Inquirir já declarou.

Cidadão Kane, ao abordar a criação dos impérios de comunicação e o poder que se origina a partir do controle dos meios jornalísticos, permite, sobretudo, uma reflexão sobre a valorização da propriedade da informação “tanto como fonte de lucro quanto como expressão de Poder que detém o controle sobre os fatos, opiniões e idéias e sua divulgação em escala social, planetária e pública” (KARAM,1997, p.24). Esse controle implica em todo o processo de produção da notícia e, muitas vezes, redundando naquilo que Sánchez Noriega (1997, p.83) denomina de desinformação, que ocorre quando os veículos trabalham manipulando fatos e persuadindo o público a cerca

⁴² A explosão do navio na enseada de Havana, ocasionando a morte de 266 americanos, foi noticiada pela imprensa amarela como um atentado espanhol, tendo Hearst desencadeado uma violenta campanha durante várias semanas: *Destruição do navio de guerra Maine foi obra de um inimigo. / Todo o país se agita com a febre da guerra. / Lembre-se do Maine, a Espanha que vá para o inferno*. O jornal de Pulitzer divulgou o atentado com muito mais cautela: *Explosão do Maine terá sido causada por bomba ou torpedo?* Mas o tratamento mais neutro do fato foi dado pelo *The Evening Post*, de Godkin: *O navio de guerra Maine explodiu*. O jornalista lutou veementemente contra a retirada da Espanha de Cuba, e atacava os jornais sensacionalistas alegando que era vergonhoso tomarem tal atitude apenas para vender mais. “A redação de um jornal amarelo é provavelmente algo que, pelo seu ambiente, mais se aproxima do inferno que tudo mais que existe num estado cristão. Não há melhor lugar que esse para preparar um jovem para a condenação eterna”, dizia Godkin (EMERY, Ibidem, p.470-477). Treze anos depois do acidente, uma investigação comprovou que a verdadeira causa do incidente foi uma explosão acidental na sala de máquinas do navio (RAMONET apud MORETZSONH, 2007, p.193).

desses acontecimentos. A “guerra de Hearst” se tornou um exemplo clássico disso. O conflito hispano-americano de 1898, proporcionado pelo *Journal* a seus leitores, foi um espetáculo tão sensacional que pode ser considerado o “grande épico” de Hearst (GABLER, 1999, p.69⁴³).

Mas a reflexão sobre a ética no contexto da imprensa sensacionalista não se restringe apenas ao filme de Welles. A versão homônima da peça de Ben Hecht e Charles MacArthur, de 1928, *A Primeira Página*, também oferece a possibilidade de avaliação de algumas questões essenciais⁴⁴. Na opinião de Sánchez Noriega (1997, p.122, tradução nossa), a versão de Billy Wilder traz uma “reflexão mais explícita sobre o jornalismo e a ética dos jornalistas”.

A narrativa, que gira em torno da cobertura jornalística do enforcamento de Earl Willians, nos apresenta o editor Walter Burns, um típico jornalista amarelo, que não só lamenta o fato de não haver cadeira elétrica no seu estado, pois assim seria possível explorar melhor a condenação: *Willians fica com a cadeira quente!; Willians frito!; Willians assado vivo!*, como também arquiteta um plano para conseguir uma foto exclusiva do enforcamento e alcançar o recorde de vendas.

Burns – Amanhã, faremos a cidade parar para nos ouvir. Cada maldito jornal terá a mesma maldita história sobre a execução. Mas vamos dar um furo neles. Sabe o que vai aqui (aponta para a primeira página)? Uma foto de Willians enforcado. Pela primeira vez, nos jornais. Exclusividade do Examiner!

Hildy – Do que está falando? Isso é proibido! Não pode haver uma câmera lá.

Burns – Quem vai saber? Olhe, mandei preparar esta câmera especialmente. Prenda no calcanhar, passe o cabo embaixo da calça. Faça um buraco no bolso. Assim que Willians cair no cadafalso, levante a calça e aperte o botão. Inteligente, não é?

Hildy – Você sempre tem idéias estranhas!

Burns – Às 7 horas, o cara é enforcado. Às 7:30, você sai da prisão. Há uma ambulância te esperando, com um quarto escuro e uma máquina de escrever. Vocês saem com a sirene acesa. Enquanto escreve o artigo, eles revelam o negativo. Às 7:22, damos a foto ao gravador, e começamos a preparar o seu artigo. Às 7:56, montamos a primeira página. Às 8:12, começamos a imprimir e às 8:47, estamos na rua com uma edição extra. Que tal?

Hildy – Walter ganhará o prêmio Pulitzer ou ficará um ano na cadeia.

⁴³ Na opinião de Gabler (1999, p.70), quando Hearst contratou Davis, que era dramaturgo, romancista e “outrora jornalista”, para a missão em Cuba, ele estabeleceu “o elo final entre a notícia e o cinema nascente: um ídolo capaz de figurar com qualquer pano de fundo e que levaria a própria aura à cena”, numa alusão ao que é considerado um dos segredos do cinema: “Atores famosos em peças famosas”.

⁴⁴ A peça é considerada uma espécie de *mea culpa* do Ben Hecht, que foi repórter do *Chicago Daily Journal* e dedicava-se a inventar notícias (MORETZSOHN, *Ibidem*, p.192).

Burns – Nós estamos juntos nessa. Quero 1.200 palavras, com muita atmosfera. “Com o amanhecer frio e cinzento, e uma voz no corredor da morte cantando ‘Swing Low, Sweet Charlot’, e o corpo balançando ao vento”. Não preciso lhe dizer isso.

Hildy – Mais alguma coisa?

Burns – Sim! Precisamos das últimas palavras dele ao subir os 13 degraus. Algo impactante. Se precisar, invente.

A estratégia de Burns ainda inclui a participação de 300 alunos da escola *Saint Paul* que devem faltar a aula para distribuir os jornais pela cidade de Chicago. A postura do editor revela uma clara opção jornalística pelos *fait divers*. Segundo Luiz Gonzaga Motta (2002, p.315), a relevância desses fatos está no interesse que despertam nos leitores, e por isso os seus ‘valores-notícia’ importam menos que “a capacidade inventiva” do jornalista. “Não é o fato que conta, mas sim o conto do fato”, até porque o real, nesse caso, é tomado apenas como uma vaga referência para o contexto da história.

A divulgação de uma história de interesse humano por um veículo de informação transforma qualquer drama privado num acontecimento público, tirando do anonimato vítimas e testemunhas (CORNU, 1999, p.287). Os jornais conferiram notoriedade não somente ao condenado Willians, mas também à prostituta Molie Malloy, que lhe ajudou quando ele foi espancado. Mas a falta de critérios na redação das matérias faz com que a sua imagem seja depreciada pelas falsas informações divulgadas.

Molie – Vocês são um bando de fofoqueiros. Sabe o que penso de vocês?

Repórter 1 – Vai visitar seu namorado? [...]

Molie – Rasgaria sua cara, mas não vale a pena quebrar a unha com você.

[...]

Repórter 2 - Porque está zangada? Não lhe fizemos uma bela reportagem?

Molie – Eu nunca disse que amava Earl Williams e que estava disposta a me casar com ele no cadafalso. Inventaram isso.

Repórter 3 - Esteve com esse louco desde que ele chegou ao corredor da morte. Todos sabem que é sua alma gêmea.

Molie – Isso é uma bobagem. Como tudo o que vocês têm escrito. Chamam-me de Anjo da Calçada e Madona Noturna. A quem enganam? Sou uma puta barata da Division Street, sabem disso.

[...]

Repórter 1 – E o seu caso de amor com Willians?

Molie – É mentira. Ele nunca pôs a mão em mim.

Repórter 2 – Esse comunista passou três dias e três noites na sua cama. [...]

Molie – Os cafetões lhe deram uma surra. E lá estava ele deitado na calçada, sangrando. Com os óculos quebrados. Então o levei para casa como qualquer ser humano faria. Eu cuidei dele durante três dias e três noites. Ele apenas falou comigo. Tratou-me decentemente. Não como um animal. Agora, vocês querem me fazer de boba. [...] Deviam ter vergonha! [...] Mentirosos. Arruaceiros. Cavalheiros da imprensa (cospe nos repórteres).

Os trechos desse diálogo que revela, simultaneamente, a verdade dos fatos e a sua versão noticiada, também permitem discutir a verdade como condição normativa da comunicação, pois, como afirma Cornu (1999, p.395), “não é o sucesso, mas a verdade que legitima a comunicação”. O primeiro pode ser medido pela capacidade de difundir uma mensagem, seja ela verdadeira ou falsa, ou pela capacidade de reunir uma grande audiência; já a verdade está intrinsecamente relacionada com “a elaboração, o conteúdo e a forma das notícias” e “com os seus fins enquanto boa informação”.

A divulgação de informações verídicas e de qualidade diz respeito não somente à postura que o jornal adota para lidar com a realidade, mas também aos valores éticos do jornalismo, enquanto instituição, e dos próprios jornalistas. Valores que precisam ser constantemente repensados e discutidos, uma vez que “a consciência da dimensão ética da atividade jornalística pode redefinir tanto a própria atuação pessoal e técnica cotidiana do profissional quanto sua participação política com as coisas de sua profissão e de seu mundo” (KARAM, 1997, p.58).

4.2 Ética e ‘poder’ do jornalista

Refletir sobre essa consciência ética implica também em avaliar o ‘poder’ conferido aos jornalistas pela sociedade, que faz com que eles sejam temidos e respeitados. Um filme que ilustra bem esse contexto é *A Embriaguez do Sucesso*. A estética *noir* nos apresenta a *sujeira* das ruas nova-iorquinas como cenário que oferece a munção necessária às colunas de JJ Hunsecker⁴⁵. Sob os *Olhos da Broadway*, a cidade se curva

⁴⁵ *A Embriaguez do Sucesso* é visto, desde a sua estréia, como um ataque velado a Walter Winchell, que durante décadas, foi considerado “o mais famoso e ultrajante columnista de fofocas da América” (ROGER, 2004, p.193). Winchell faleceu em 1972, mas ainda é considerado “o mestre todo poderoso dessa fauna que, de seu habitat na Broadway”, conseguia

e o assessor de imprensa, Sidney Falco, se humilha. A postura de superioridade do colunista é ilustrativa daquilo que Sánchez Noriega (1997, p.107-108) classifica como “poder-status” que situa o jornalista na classe dos privilegiados da sociedade, e, embora não possuam um poder imediato, possuem a “ameaça do poder”, que faz com que autoridades e personalidades lhes rendam respeito. Por isso, Hunsecker ordena ao garçom que *desapareça* da sua frente, e a Falco que *prepare seu funeral*, pois o considera um *homem morto*. Mas a fala mais ilustrativa desse ‘poder’ está no diálogo com o Senador Walker, que se encontra na companhia de Many Davis e Linda James:

Hunsecker – Esse homem não é para você, Harvey. Você não deveria ser visto com ele, porque todos sabem que ele está carregando ela pra você. Porque essa é a outra parte da vida de um assessor. Eles cavam escândalos sobre pessoas públicas e espalham para os colunistas [...]

Senador – Porque tudo o que você fala soa como uma ameaça?

Hunsecker – Talvez seja afetação, porque eu não ameaço amigos. Mas, porque fornecer munição aos inimigos! Quando vier novamente, talvez queira aparecer no meu show de TV.

Senador – Obrigada, JJ, pelo que eu considero um forte conselho.

Hunsecker – Vá em frente, Senador, e não peques mais!

A arrogância e prepotência de JJ Hunsecker estão associadas também ao fato de ele ser um colunista e um apresentador de televisão. De acordo com Karam (2004, p.106), o gênero editorial carrega consigo uma potencialidade de convencimento e persuasão que, independente de ser verdadeiro ou falso, o conteúdo pode ser “elaborado em benefício próprio”. Sánchez Noriega (1997, p.45, tradução nossa), por sua vez, enfatiza que a relação que o apresentador mantém com o público lhe proporciona não somente credibilidade, mas também poder para estabelecer-se como um “editor da comunicação e controlar os seus resultados”.

É a utilização do jornalismo em benefício de seus interesses pessoais que motiva as atitudes desprezíveis do apresentador de TV e respeitado colunista do jornal *O Globo*, e do relações públicas, sem grande expressão, que almeja alcançar o poder do colega e depende dele para veicular notícias de seus clientes. Na opinião de Stella Senra (1997, p.110), o filme sustenta a “consagrada divisão entre o jornalismo como

“se espalhar de costa a costa através de ‘sindicatos’ mais bem organizados que o dos gangsteres dos bons tempos” (VIANNA, 2004, p.182).

atividade mais prestigiada e o mundo da publicidade e das relações públicas, rebaixado e socialmente menos valorizado”.

Essa polaridade se torna explícita a partir das atitudes de ambos os personagens. Hunsecker deseja acabar com o relacionamento de sua irmã, Susan, com o músico Steve Dallas. Como não deseja tornar-se, para ela, um vilão, solicita a Falco que encontre uma forma de difamar o rapaz. O assessor vai então lutar para conseguir ‘plantar’ um artigo falso sobre Dallas na coluna de outros jornalistas, pois é dessa façanha que depende o seu prestígio, a sua tão sonhada carreira.

A presença de um assessor de imprensa num filme ambientado na emergente sociedade midiática permite retomar Walter Lippmann (2008, p.294) quando afirma que a existência do “publicista é um sinal claro de que os fatos da vida moderna não tomam a forma espontaneamente na qual eles podem ser conhecidos”. A função do assessor é compreendida, portanto, como a de recolher as melhores informações a serem noticiadas, já que a rotina diária não permite aos repórteres dar forma aos fatos.

O filme, no entanto, apresenta Falco como um *mentiroso*, que é pago para *espalhar mentiras*, ofício característico da sua *repugnante profissão*. É assegurando a divulgação de notas sobre seus clientes, na coluna de JJ Hunsecker, que Falco espera desfrutar do seu *perfume favorito: o sucesso*. Mas a sua ambição desmedida o levará a cometer o crime de tornar verídica a falsa informação de que Dallas é usuário de drogas, já divulgada por Ottis Elwell, em sua coluna no *The Record*, em troca de uma noite de sexo com uma vendedora de cigarros, resultado de uma cruel⁴⁶ articulação sua.

A maravilhosa maconha de um rapaz que lidera um inteligente quinteto de jazz está dando um deselegante cheiro para aquele clube no East Side, onde trabalha. Isso não é jeito de um homem que é membro do clube agir. Moscov não vai gostar disso, seu garoto malvado!

Embora Elwell seja considerado um jornalista sem escrúpulos, a nota divulgada em sua coluna ocasiona imediatamente a demissão do grupo musical pelo diretor do clube. A atitude de Falco e o texto de Elwell ferem as normas que constam nos códigos deontológicos da profissão, que determinam como dever do jornalista o respeito à vida privada das pessoas, bem como proíbem a divulgação de acusações sem

⁴⁶ Falco convence a garota a fazer sexo com Elwell Ottis sob a alegação de que ela precisa de dinheiro para manter o seu filho estudando no Colégio Militar. A atitude do assessor, ao negociar com o colunista, é também representativa da corrupção existente na imprensa.

fundamento, assim como a calúnia e a difamação (CORNU, 1999, p.404).

Hunsecker, por sua vez, é visto como a *escada de ouro*. A sua credibilidade é atestada pelo olhar de veneração da senhora Tan, convidada do seu programa de TV, ou por suas próprias palavras, quando justifica a Falco a sua solicitação criminosa:

Você não vê que aquele garoto limpou os pés na escolha da preferência de 60 milhões de pessoas no melhor país do mundo? Se você tivesse valores, você entenderia a imoralidade da posição daquele garoto. Não fui eu quem ele criticou, foram meus leitores.

A crítica de Dallas, todavia, nos apresenta um contraponto interessante acerca do ‘poder-status’ de Hunsecker:

Não gosto de como brinca com as pessoas. Seu desprezo e malícia. Você pensa em você mesmo e em sua coluna. Para você, você é um tipo de glória nacional. Mas, para mim e para muitas pessoas como eu, seus repugnantes escândalos e seu falso patriotismo, você, Hunsecker, é uma desgraça nacional.

E, nesse sentido, podemos recorrer a Karam (1997, p.24) quando aponta que a informação jornalística pode contribuir para a desalienação social, possibilitando uma “rebeldia diante do curso ‘natural’ das coisas”.

As posturas de Falco e Hunsecker, completamente desprovidas de valores éticos e morais, representadas, respectivamente, pela ambição do sucesso e pelo abuso do ‘poder-status’, fazem com que eles tratem as pessoas como simples material informativo, já que a mídia se preocupa, em primeira instância, com o sucesso de audiência, e, em segundo lugar, com o prestígio pessoal. No entender de Cornu (1999, p.407),

[...] o jornalista que seja tentado em tais circunstâncias a esquecer o respeito que deve ao outro, vítima, testemunha, parente, espezinha o respeito que deve a si mesmo: não é mais que instrumento – meio! – da informação. Está reduzido à função que o sistema mediático lhe atribui. É prisioneiro de um determinismo reificante, de que seu próprio cinismo não é capaz de o libertar.

No caso de JJ Hunsecker e Sidney Falco, o cinismo não só os impede de se libertarem das amarras midiáticas que os prendem à ambição e à vaidade, como também marca a derrocada de ambos; um, pelas palavras; o outro, pelas ações. Hunsecker perde o respeito da irmã; e Falco, a sua possibilidade de ascensão na carreira.

O filme de Alexander Mackendrick oferece ainda a possibilidade de reflexão sobre a efemeridade da notícia. A película se inicia com imagens, ainda sob os créditos, de caminhões de distribuição sendo abastecidos com a edição noturna. Uma voz, ao longe, diz: *Levem os jornais enquanto ainda estão quentes! Última edição! Vamos, vamos!* Em seguida, vemos os pacotes de jornais sendo jogados nas calçadas e apanhados pelo jornaleiro que, imediatamente, grita: *A edição noturna acabou de chegar. Quem quer a edição noturna?* A sequência, de ritmo acelerado, apresenta a velocidade na distribuição da notícia, que, por sua vez, também denota a velocidade de sua produção.

Mas é a atitude de Falco que desvela a essência desse ciclo. O assessor compra o jornal, abre-o e, depois de uma rápida leitura, joga-o no lixo. Na visão de Senra (1997, p.115), essa sequência revela, implicitamente, o percurso completo da informação noticiosa na então emergente sociedade de massas: “da rua onde foi secretada às mãos do leitor, entre os fregueses anônimos do bar, para ser precipitada, uma vez cumprido o seu papel, no lixo, junto com outros despojos da sociedade de consumo”.

Como enfatiza Robert Park (1972, p.175), transitoriedade e efemeridade são qualidades inerentes à notícia e estão relacionadas com todas as demais características da informação noticiosa. E é esse conjunto que vai determinar a sua durabilidade. Para o autor,

[...] na mais elementar de suas formas, o relato de uma notícia é um mero “lampejo” a anunciar que um acontecimento ocorreu. Se o ocorrido tiver real importância, o interesse por ele acarretará novas indagações e um conhecimento mais completo das circunstâncias em que se verificou. O acontecimento deixa de ser notícia, entretanto, assim que haja cessado a atenção que despertou e assim que a atenção do público tenha sido dirigida para outro aspecto do *habitat* ou algum

outro incidente tão novo, emocionante ou importante que seja capaz de prendê-la.

4.3 A ética entre o dever e a paixão

Mesmo sendo assim tão transitória e efêmera, a notícia carrega consigo um poder de notabilidade que faz existir aquilo que está sendo noticiado e relega ao desconhecimento tudo o que não narra. A relação de proximidade e mediação que o jornalismo estabelece com a realidade lhe confere um caráter de registro, que transforma os jornais em material de arquivo, uma vez que eles são considerados testemunha do presente e das avaliações sobre ele (KARAM, 2004, p.86).

É a interpretação, à luz do presente, dos fatos oriundos do contexto econômico, social e político, que inscreve o jornalista no percurso da história (CORNU, 1999, p.381). E é a partir dessa complexidade social que o jornalismo se depara com os dilemas éticos, uma vez que o exercício de mediação da realidade torna-se, igualmente, mais complexo e, cada vez, mais importante.

O jornalista, enquanto autor dessa interpretação cotidiana, encontra-se em meio a pressões, oriundas, na maioria das vezes, dos conflitos sociais existentes. E lidar com eles implica lidar também com os valores morais que os envolvem. Tendo em vista que o contato com esses fatos também atinge o jornalista, é preciso que o profissional reflita sempre sobre os fatos e sobre o mundo, ainda que a partir de valores comuns da sociedade (KARAM, 1997, p.62).

Os questionamentos acerca da ética profissional se tornam mais intensos quando os profissionais se encontram em circunstâncias delicadas na quais a sua decisão pessoal sobre noticiar ou não um fato, a partir de determinado ângulo, pode mudar todo o contexto de uma situação.

É em meio à guerra civil entre o governo da Nicarágua e os guerrilheiros sadinistas⁴⁷, que os repórteres Russell Prince e Claire Stryder vão enfrentar o seu grande dilema ético. O conflito central do filme *Sob Fogo Cerrado* emerge quando Russell se depara com a perspectiva de ‘fabricação’ de uma foto. Na opinião de Senra (1997,

⁴⁷ O filme contextualiza assim a história: *A resistência popular aos ditadores aumentava na Nicarágua já havia 50 anos. No início de 1979, os nicaraguenses fizeram uma última tentativa de depor o presidente Anastásio “Tancho” Somoza. Os conflitos cresciam na América Central e jornalistas do mundo todo percebiam que era uma grande matéria internacional.*

p.154), esse drama profissional coloca em discussão o papel da fotografia e do jornalismo na contemporaneidade.

Repórter fotográfico, Russell fotografa tudo o que encontra pela frente, e a sua paixão pela fotografia o faz um profissional mundialmente reconhecido. No início do filme, vemos que uma foto sua, feita em uma situação de risco, durante um conflito no Chade, África, se tornar capa da Revista Time. É esse prazer em fotografar situações desafiantes que vai instigá-lo a procurar Rafael, o líder guerrilheiro nicaraguense que nunca se deixa registrar.

Antes de adentrar no conflito profissional, o filme de Roger Spottiswoode dá uma dimensão da importância que as imagens têm para valorização das notícias dos correspondentes internacionais em zonas de conflito armado. O jornalista Alex Grazier, que também faz parte da equipe de Russell, envia uma matéria sobre o atentado em uma boate, o qual os três colegas presenciam.

Produtor (ao telefone) – Eles acham que a explosão na boate é pouco para a internacional.

Grazier – Havia pedaços de um corpo no piano e eu estava cantando Moonlight in Vermont. Ele tem algo melhor?

Produtor – O Papa no Egito.

Grazier (ao telefone) – O Papa está sempre em algum lugar, Charlie. Esse foi o primeiro sinal da revolução em Manágua. Não é a minha opinião. O lugar estava cheio de repórteres e agentes da CIA. Como sei que eram da CIA? Estavam de crachá! O que acha? Sei que não é novidade, mas tente encaixar. [...] Não temos fotos do Rafael porque ninguém sabe onde ele está. O louco que tentar, vai perder o 'saco'. Igualmente, Charlie.

De acordo com Sánchez Noriega, é muito raro o jornal não conferir relevância a matérias de enviados especiais (1997, p.75-84). O diálogo entre Grazier e o editor deixa subtendido que a matéria será divulgada, como também revela a importância que teria a foto do líder guerrilheiro frente àquelas que registraram o incidente, até porque a fotografia é um dos elementos do jornalismo que possui efetivamente a capacidade de oferecer uma apresentação concreta dos fatos.

É, portanto, o valor da imagem de Rafael que vai marcar a narrativa e colocar Russell e Claire em conflito com seus valores éticos pessoais e profissionais. Ao ser detido por fotografar indiscriminadamente, Russell é indagado por um padre, preso por apoiar os guerrilheiros, sobre qual o seu posicionamento frente ao conflito. O fotógrafo, prontamente contesta: *Não estou do lado de ninguém. Apenas tiro fotos.*

Mas a sua neutralidade jornalística será colocada em cheque logo após o anúncio público da morte de Rafael, pelo presidente Anastasio Somoza. A manchete, em primeira página, *Somoza diz: Rafael está morto!*, sinaliza a vitória do governo e o fim do conflito.

Russell duvida do fato e, na companhia de Claire, vai até à província de Matagalpa, onde, possivelmente, está Rafael. Depois de escapar de um tiroteio, os jornalistas são conduzidos por uma guerrilheira (que havia trabalhado para a equipe de reportagem como tradutora e, portanto, sabia da obstinação de Russell em fotografar o líder) ao acampamento onde ele se encontra. Assim que chega ao local, o fotógrafo observa e diz: *Rafael está morto, posso sentir*. Em seguida, a guerrilheira apresenta-os ao Comandante Cinco e lhes diz:

Guerrilheira – Leon já caiu. Hoje tomamos Matagalpa. Depois virão Masaya e Manágua. Como a Nicarágua logo será livre, chegou a hora de conhecerem Rafael. Precisamos de uma foto.

Russell – Você quer dizer, a imprensa ocidental precisa.

Guerrilheira – A divisão já não é entre Oriente e Ocidente. É entre Norte e Sul. Venham conosco.

A necessidade de contestar a afirmação do ditador e provar que Rafael está vivo só pode ser feita por meio de uma foto. Mas não uma foto qualquer. Somente uma foto jornalística pode conferir veracidade ao fato. A foto jornalística, por sua notabilidade, adquiriu, ao longo da história da imprensa, um poder que não se desfaz (SOUSA, 2008, p.77).

Os jornalistas são levados, então, a uma sala onde se encontra o corpo de Rafael.

Comandante Cinco – Você é um ótimo fotógrafo. Faça-o parecer vivo.

Russell ri.

Guerrilheira – Por que ri?

Russell – Estão loucos.

Comandante Cinco – Estamos triunfando, mas muitos ainda morrerão. Até em Washington já admitem que Somoza não é amado pelo seu povo. Vinte e cinco milhões de dólares em armamentos ficarão detidos em um aeroporto da Flórida até que descubram se Rafael morreu ou não. Se acharem que Rafael morreu, mandarão as armas para Somoza. Você entende?

Russell – Entendo. Mas sou jornalista.

Comandante Cinco – Não se trata de jornalismo. Já tivemos baixas demais. Precisamos mantê-lo vivo mais alguns dias. Quando a guerra terminar, nada disso vai importar.

Russell – Eu não faço esse tipo de coisa.

Guerrilheira – Sei que é difícil para você, mas deve fazê-lo.

Comandante Cinco – De manhã, quando a luz estiver melhor. Será uma bela foto.

De acordo com Karam (1997, p.73), a decisão do jornalista ao julgar, escolher e editar um acontecimento é extremamente importante uma vez que “a ética conseqüente teria como pressuposto aquilo que imediatamente está dado, tanto no impacto mais imediato do que é vivenciado ou conhecido quanto no julgamento posterior com base apenas nesse imediatismo transposto para o interior da consciência”. E nessa decisão, como aponta Cornu (1999, p.265), estão presentes critérios de avaliação que ultrapassam os limites técnicos da atividade.

Russell, que até então optou por *não interferir*⁴⁸ nos rumos do conflito, se questiona sobre o seu papel enquanto jornalista.

Claire – Você ganhará um prêmio

Russell – Já ganhei prêmios demais.

Claire – Mas nunca ganhou uma guerra.

*Russell – Tem certeza?*⁴⁹

Claire – É! É difícil, sim. Volto e digo que perdi o maior furo da guerra? Volto e digo que vi Rafael mortinho? Ou digo que me apaixonei pelos guerrilheiros porque sua causa era...

Russell – Simpática.

Claire – É, simpática! O que estamos, de fato, fazendo aqui?

A *paixão* prevalece e Russell faz uma foto cuidadosamente montada, na qual um dos guerrilheiros que aparece ao lado de Rafael segura o jornal que atesta a morte do líder. A fotografia é, então, estampada na primeira página, sob a seguinte manchete: *Rafael vive. Aqui está a prova!*

Uma manchete pressupõe um enfoque, e, por isso mesmo, já constitui um processo de manipulação (SÁNCHEZ NORIEGA, 1997, p.77), assim como a fotografia que se dispõe a criar um fato. A foto jornalística de Russell traz em si um contraponto. A valorização da fotografia de imprensa está justamente no fato dela registrar um momento instantâneo, que, pela sua imediatez, pressupõe que não houve tempo para “mentir”. Mas é uma cena criteriosamente montada que se faz verdadeira pelas lentes de um jornalista.

⁴⁸ Num momento anterior, Russell viu que um dos atiradores havia sobrevivido ao tiroteio na torre da igreja e prefere não revelar aos jovens. O garoto Pedro é morto logo em seguida, e Russell sente-se tão abalado com o acontecimento que não fotografa mais nada naquele dia.

⁴⁹ O jornalista refere-se ao fato de ter vencido Alex na disputa pelo amor de Claire.

A manipulação de imagens fotográficas não é algo recente no jornalismo. No entanto, Jorge Pedro Sousa (2008, p.76) chama a atenção para o fato de que a recente evolução tecnológica (1980 – 1990) no campo da fotografia amplia essa possibilidade, trazendo novos desafios éticos para a profissão. Sobretudo quando se trata de uma decisão isolada do jornalista. De acordo com Cornu (1999, p.62), a decisão sobre fornecer ou não uma informação é uma responsabilidade exclusiva do jornalista, mas a divulgação parcial de dados pode ser tão prejudicial quanto a ocultação dos mesmos.

A *boa matéria* que deixará Russell *mais famoso* confere novos rumos à guerra. Sua foto é distribuída pelas agências de notícia e divulgada pelos principais jornais americanos. A certeza de que Rafael está vivo desloca repórteres até a Nicarágua para entrevistá-lo, entre eles, Alex. Os jornalistas vêm-se, então, obrigados a revelar para o amigo que *nem tudo é o que parece ser*.

A aparência das coisas vai marcar outro acontecimento relevante do enredo. Alex compreende a mentira jornalística de Russell, embora não perdoe o colega por ter lhe enganado. Diante da impossibilidade de entrevistar Rafael, decide fazer uma matéria sobre o espião francês, que comandava os assassinatos dos guerrilheiros com base nas fotos roubadas de Russell. O fotógrafo o auxilia na procura por Jazy, mas ele é brutalmente fuzilado por um soldado do governo quando apenas lhe pedia uma informação. Russell fotografa o incidente, que é noticiado como uma ação terrorista, por causa da declaração de Somoza à imprensa.

É com muito pesar que comunicamos o falecimento do correspondente Alex Grazier que foi assassinado por terroristas no bairro El Dorado. Corjas de sadinistas desordeiros tornaram as ruas de Manágua perigosa para os cidadãos. Nossos sentimentos estão com a família e os amigos do senhor Grazier. Queremos informar à imprensa internacional que as medidas necessárias serão tomadas para proteger sua segurança. Obrigado.

Mesmo correndo perigo, Russell e Claire conseguem enviar as fotos para os Estados Unidos e elas são divulgadas pela imprensa internacional, inclusive televisiva. A revelação da verdade sobre o assassinato de Grazier precipita a derrocada do ditador que é obrigado a deixar o país.

Se a ocultação da verdade pelo governo nicaraguense pode ser considerada um mecanismo de desinformação, enquanto estratégia político-militar que, muitas vezes, é utilizada durante conflitos bélicos

(SÁNCHEZ NORIEGA, 1997, p.83-85; ALSINA, 2009, p.247⁵⁰), a construção de uma ‘verdade’ por Russell pode ser analisada sob a ótica do poder sobre o conhecimento dos fatos. Por ser mais valiosa a informação menos difundida, os jornalistas que circulam pelas esferas do poder político e econômico, assim como os correspondentes de guerra, são vistos como “testemunhas privilegiadas dos acontecimentos que determinam o curso imediato da história”, o que lhes permite utilizar informações que poucos conhecem como uma poderosa arma, em determinadas situações (SÁNCHEZ NORIEGA, 1997, p.108, tradução nossa).

“Pode o jornalista desrespeitar a verdade, ser “infiel” ao seu aparelho e fazer uma foto forjada para influir nos destinos de uma guerra na qual ele tomou partido?” Este questionamento feito por Stella Senra (1997, p.153) nos leva a refletir sobre a consciência do jornalista diante da sua missão profissional. Para Cornu (1999, p.418), a consciência do jornalista, em determinados momentos, está condenada à solidão das suas próprias decisões, e se encontra “sujeita à fragilidade do estatuto dos indivíduos no seio do sistema midiático”, sendo, portanto, ilusão “abandonar o jornalista a si mesmo, deixá-lo sozinho perante as suas responsabilidades, quando está exposto a pressões e solicitações cada vez mais fortes”.

No entender de Restrepo, cobrir uma guerra demanda “paixão pela verdade”, pois só assim o jornalista pode apresentar as verdadeiras versões dos fatos, mas exige do profissional, sobretudo, “uma radical independência e um profundo sentimento de responsabilidade”⁵¹. O dilema ético de Russell não dizia respeito apenas ao reconhecimento profissional que ele obteria com a divulgação da foto. O envolvimento pessoal com a questão da guerrilha foi, possivelmente, o fator determinante da sua decisão. Durante as comemorações da vitória dos guerrilheiros, o jornalista reafirma a convicção sobre a sua postura:

Claire – Será que nos apaixonamos demais?

Russell – Eu faria tudo de novo.

⁵⁰ Alsina (Ibidem, p.245-246) ressalta que a comunicação, que era importante no contexto das guerras do início do século XX, se tornou mais um elemento das estratégias militares. Além da divulgação de informações falsas, o autor aponta ainda mais três tipos de táticas de controle de informação: “dar informação que não informa”; “não dar informação” e “dar informação confiável”.

⁵¹ Consulta 218, tradução nossa. Um estudante peruano questiona se os jornalistas em zona de conflitos devem ou não revelar todas as informações. www.fnpi.org.br/consultorioetico. Acesso em abril de 2008.

Mesmo que a noção de acontecimento só diga respeito ao universo no qual ele se insere, o exercício jornalístico de reconstrução diária da realidade exige uma severa reflexão sobre o processo de produção das notícias e também sobre a relevância dos fatos e das pessoas envolvidas, baseada em valores éticos, que pressuponham “uma universalidade constituinte que fuja aos interesses meramente particulares, mas nos quais eles estejam refletidos” (KARAM, 1997, p.62).

Sendo o jornalismo uma atividade de mediação, os jornalistas vão sempre se deparar com situações conflitantes que colocarão à prova o seu compromisso pessoal e profissional com a sociedade. Por isso, como defende Karam (1997, p.101), o jornalista deve ter sempre consciência sobre a “dimensão pública da sua atividade, com as consequências sociais que traz, com a responsabilidade que exige, com a *obrigatoriedade* de revelação de acontecimentos independentemente da posição pessoal”.

4.4 Matizes da ética no jornalismo investigativo

Cornu (1999, p.80) destaca que a responsabilidade do jornalista deve estar vinculada ao compromisso da busca pela informação, o que exige do profissional uma reflexão sobre as suas motivações que, de modo algum, devem estar atreladas à satisfação de ambições pessoais. Mas refletir sobre a dimensão dessa responsabilidade não é um exercício simples. De acordo com Karam (1997, p.73), um dos maiores dilemas da ética jornalística contemporânea é “dimensionar os limites da privacidade, do interesse público e da própria noção de liberdade conectada com a responsabilidade social”.

Quando se trata de jornalismo investigativo, podemos dizer que dimensionar esses limites faz o dilema ético ainda mais complexo. Dentre os filmes selecionados, três contextualizam o exercício da investigação pelos jornalistas em diferentes décadas, sendo que cada um deles traz procedimentos distintos, o que possibilita uma análise bem elaborada desses procedimentos à luz da ética profissional.

4.4.1 A busca inconseqüente pela notícia

Motivações pessoais de sucesso e reconhecimento é o contexto pelo qual podemos avaliar a atitude do protagonista de *Paixões que Alucinam*. O conceituado jornalista Johnny Barret decide investigar um assassinato cometido dentro de um hospital psiquiátrico, com o objetivo de ganhar o Prêmio Pulitzer. Com o apoio do diretor do *Daily Globe*, Swane, ele passa um ano se preparando com um psiquiatra, para enganar os médicos e ser internado na instituição como alguém que tem um distúrbio psíquico que o leva a desejar sexualmente a sua irmã Cathy, que na verdade é sua namorada. O diálogo entre ele, Swane e Cathy, na sala do consultório, revela aspectos interessantes da história.

Cathy – Johnny, só um louco se internaria para solucionar um homicídio.

Johnny – Mesmo que não resolva o caso, a experiência pode virar livro, peça, até filme. Todo homem quer sucesso na carreira. Para mim, isso é ganhar o Prêmio Pulitzer. Essa história é a minha única chance.

Cathy – Mas a loucura deles vai afetá-lo.

Swane – Ele tem razão. Repórteres já se passaram por mineradores, professores e arruaceiros.

Cathy – Mas eles tinham um propósito. Não era para aparecer na capa da Life ou ganhar um prêmio e ter suas fotos em revistas. Por que não esquece essa bobagem psicanalítica?

Johnny – Porque é o que as pessoas gostam!

Cathy – Boas matérias são baseadas em pessoas, não em complicados termos psiquiátricos. Pare de se dar tanta importância. Não é Moisés liderando loucos até o Prêmio Pulitzer! Você me deixa doente por brincar com a mente e montar um cavalo selvagem.

Swane – Ele treina há um ano para cavalgar esse cavalo.

Johnny – Você só precisa selá-lo e me deixar cavalgar.

O filme contextualiza a década de 1960, que marca, segundo Sousa (2008, p.67), a retomada do jornalismo investigativo pela imprensa americana, prática afastada do cotidiano das redações desde o final do século XIX. Vale ressaltar também que a criação da categoria “Jornalismo Investigativo” para o Prêmio Pulitzer data de 1964 (ARAÚJO, 2005, p.3-4).

Cathy sela o cavalo, denunciando Johnny por tentativa de incesto. O jornalista consegue enganar os médicos que, mesmo tendo avaliado que ele possui uma *inteligência superior (QI 104)*, determina a sua internação em decorrência de uma *psicose limítrofe*. Ao entrar no *State Mental Hospital*, um dos enfermeiros lhe diz: *Vocês, jornalistas, são todos uma farsa*. Mas Johnny não está preocupado com as

conseqüências de sua farsa. *Ele não pertence àquele lugar*. Olha o corredor do hospital e se vangloria: *Eu consegui. Eu entrei. Desde a adolescência, quero ser um dos maiores do jornalismo. E esse corredor é a minha entrada para o Pulitzer!*

O seu objetivo é estabelecer contato, o mais rápido possível, com Stuart, Trent e Boden, os três pacientes testemunhas do assassinato. Depois de seis semanas de internação, o jornalista descobre que o assassino é um dos funcionários, o que deixa o diretor do jornal ainda mais animado, já que *a polícia não descobriu nem isso*. Mas sua mente começa a dar os primeiros sinais de desequilíbrio, e, apesar do alerta do psiquiatra que o treinou, Dr. Fong, de que a sua *determinação pode se voltar contra ele*, Swane o incentiva a permanecer com a investigação.

Sánchez Noriega (1997, p.59-60, tradução nossa) coloca que o jornalismo de investigação costuma se ocupar de “questões sociais e políticas semi-ocultas ou desfiguradas no conhecimento público”. Ainda que a verdade sobre um crime ocorrido dentro de um hospital psiquiátrico seja algo relevante para o conhecimento da sociedade, é preciso estabelecer os limites entre a investigação jornalística e a investigação policial. Nesse sentido, Cornu (1999, p.78-79) afirma que o jornalista ambiciona o furo porque a proeza em divulgar algo inédito representa sua glória. Mas, enfatizando que a missão do jornalista não é ser “policial ou justiceiro”, o autor questiona qual o limite da investigação jornalística, uma vez que, em muitos casos, o profissional se encontra desprovido de armas capazes de lhe fazer chegar a uma conclusão, e ressalta: “Em assuntos dessa gravidade, estão em jogo inúmeras vidas anônimas, votadas à deriva ou condenadas à morte, que justificam uma cautela tão grande, senão ainda maior que os particulares aparentemente implicados”.

A missão de Johnny exige dele *uma luta diária entre a insanidade e sua mente saudável*. Mas a batalha cotidiana é desleal, visto que ele precisa submeter-se aos medicamentos e procedimentos como choques elétricos. Mesmo diante dos riscos que a mente do jornalista corre, a preocupação de Swane é com o desfecho da investigação.

Swane – Foi ao hospital hoje?

Cathy – Dr. Cristo (médico diretor do hospital) mandou me chamar.

Swane – Por quê?

Cathy – Quería minha permissão para submeter Johnny ao tratamento de choque.

Swane – Você enlouqueceu? Ele não pode levar choques. Vai desmoronar e descobrirão a farsa.

Cathy – Espero que descubram. Mas não vou entregá-lo. Ele é que vai contar.

Swane – Devia ter proibido que lhe dessem choques. Ele já sabe que o assassino é um enfermeiro e, no ritmo que vai, logo Boden lhe dirá quem é

Cathy – No ritmo que vai, não sei se ele ainda sabe quem é.

Swane – Do que está falando?

Cathy – Ele está começando a pensar que sou mesmo irmã dele.

A notícia deixa o diretor atônito, mas não há muito a fazer. A mente de Johnny já está perturbada e o seu comportamento apresenta sinais de uma doença psíquica, como delírios, falhas de memória e distúrbios de fala. Mesmo assim, o jornalista continua convicto da importância da sua missão.

Johnny – Logo Boden terá o seu lampejo de sanidade e quando isso acontecer, eu monto o quebra-cabeça.

Cathy – E a minha mentira?

Johnny – Dr. Cristo ficará contente. Não entende Cathy? O assassino poderá matar outro se não for descoberto. O juiz entenderá porque você mentiu.

O filme permite questionar a utilização de métodos ilícitos, a exemplo da clandestinidade, para a obtenção de informações. Karam (1997, p.105) destaca que, de acordo com a Declaração de Princípios sobre a conduta dos jornalistas da Federação Internacional dos Jornalistas, “o jornalista deve usar somente métodos idôneos para obter notícias, fotografias e documentos”. No entanto, uma observação cuidadosa de outros códigos deontológicos revela dificuldades “em conciliar, radicalmente, a transparência dos fatos e da necessidade de sua revelação pública com a submissão incontestante aos métodos ‘lícitos’ ou ‘idôneos’”.

O reconhecimento social do papel de mediador do jornalista faz com que, muitas vezes, suas atitudes questionáveis sejam aceitas, desde que tenham sido empreendidas em favor da revelação de uma verdade até então oculta. Por isso Johnny não teme a punição e Swane assegura que pode resolver qualquer problema que venha a surgir.

No entender de Moretzsohn (2007, p.151), todavia, a “tática do disfarce”, a despeito da excitação que pode causar no jornalista, contribui para reforçar “o mito do jornalismo como instrumento de revelação da ‘verdade’”. Por isso, é preciso atentar para os limites da profissão e do profissional, uma vez que a função essencial do

jornalismo está no seu dever de informar, e não no de agir (CORNU, 1999, p.389).

Mais algumas semanas de reclusão se sucedem e Johnny descobre que o assassino é o enfermeiro Wilkes. Como as suas afirmações já não são dignas de crédito por parte do Dr. Cristo, o jornalista agride o enfermeiro e o obriga a confessar o crime diante do diretor do hospital, funcionários e pacientes. A confissão lhe traz alívio e ele pode, então, revelar que *é uma fraude*:

Eu não sou louco. Vim por causa do jornal. Agora, se não se importa, quero que ligue para o meu jornal e peça a Swane que lhe diga que me colocou aqui. Que grande alívio, doutor!

Johnny deixa a instituição, mas as marcas da aventura insana já estão em sua mente. Depois de escrever a matéria, a esquizofrenia se mostra latente e irreversível. Desesperada, Cathy procura a ajuda de Dr. Cristo, que lhe sentencia:

Não se pode brincar com a mente, viver em um sanatório, submeter-se a tratamentos e não esperar consequências. Que tragédia! Um louco mudo ganhará o Prêmio Pulitzer.

É indiscutível o fato de que o exercício do jornalismo expõe o profissional a conflitos de ordem moral e ética, que perpassam, sobretudo, pela defesa do interesse do público e do respeito às pessoas. Mas o filme de Samuel Fuller nos leva a uma reflexão que vai além dessas questões. A ambição de Swane e Johnny pelo reconhecimento e valorização expôs o jornalista a uma situação de risco para a sua saúde mental. E embora a prática do jornalismo investigativo o tenha levado a desvendar um crime mantido em sigilo, por uma série de fatores e interesses intervenientes, ocasionou a destruição da sua carreira e o transformou em um doente, um *louco*, para utilizar a expressão adotada pela narrativa cinematográfica.

Nesse sentido, Karam (1997, p.106) adverte:

Há sempre uma justificativa “pública” para o interesse pessoal. Há sempre uma justificativa “pública”, também das fontes, para esconder informação. Há sempre uma justificativa “pública” para a ultrapassagem de qualquer limite na obtenção da informação jornalística.

Mesmo conceitos como bom senso, responsabilidade social e compromisso com o público, por exemplo, podem ser angulados de acordo com as prévias concepções morais (que trafegam ideologia) de profissionais, donos de empresas, anunciantes, fontes, público e leitores.

E por isso, o jornalista deve sempre recorrer à consciência ética para guiar as suas atividades profissionais. Uma ética reflexiva, que questione a prática jornalística e identifique as pressões existentes com o objetivo de agir sobre elas na busca por uma informação necessária e de qualidade (CORNU, 1998, p.97).

4.4.2 Ética e fontes de informação

Uma reflexão ética sobre o jornalismo deve levar em consideração a importância que a mediação jornalística tem para a sociedade, bem como o potencial de influência que possuem os veículos de comunicação jornalística, mas, sobretudo, devem avaliar “a *necessidade* de distinguir os acontecimentos de relevância pública e a *responsabilidade* de publicá-los, prevendo conseqüências e atendendo a princípios de pluralidade social” (KARAM, 1997, p.53).

É diante da complexidade dessas reflexões que Megan Carter vai se deparar com seus dilemas éticos e morais. Repórter responsável pelo Tribunal do Condado de Dade, ela descobre, casualmente, que a divisão de investigação decidiu averiguar a vida do empresário Michael Gallagher, um atacadista de bebidas, filho de um *contrabandista*, colocando-o como suspeito no caso do desaparecimento de Joey Diaz. Julgando importante noticiar esse processo, ela inicia a sua investigação pelos arquivos micro-filmados do *Miami Standard*⁵² e, por sugestão do seu editor, Mac Addam, procura Elliott Rose, o chefe da divisão.

Megan – Elliot! Michael Gallagher.

Rosen – Ótimo!

Megan – O cara que pegou Diaz.

Rosen – Parabéns! Resolveu o crime. Onde ouviu isso?

⁵² As imagens da redação do *Miami Standard* foram gravadas na redação do *Miami Herald*, à noite, para não atrapalhar a rotina do jornal.

Megan – Se disser, não falará comigo.

Rosen – Seria terrível!

Megan – O público tem o direito de saber.

Rosen – Onde está escrito isso?

Megan – Numa placa na minha mesa.

Rosen – Ok! Entre, mas vai ser uma conversa chata.

Megan – Sobre Michael Gallagher.

Rosen – Não confirmo, nem nego nenhuma investigação.

Megan – Sem revelar a fonte?

Rosen – Nada a declarar

Megan – Extra-oficialmente?

Rosen – Não. Eu avisei que seria uma conversa chata! Não desanime, talvez encontre algo. Tenho uma reunião. Mas não tenha pressa. Tome seu café.

Rosen se retira da sala estrategicamente para que a repórter possa mexer nos papéis que ele deixou propositalmente sobre a mesa e que revelam dados sobre a investigação. De posse das informações, Megan retorna à redação e com o auxílio de Mac, compõe a matéria.

Mac – Michael Gallagher sob investigação. É fraco. Que tal suspeito?

Megan – Ainda não sei do quê.

Mac – Do assassinato de Joey Diaz.

Megan – Seqüestro. Não há corpo.

Mac – Possível morte, pois já faz seis meses. Suspeito principal.

Megan – Não sei se é principal. Talvez haja mais alguém. Suspeito chave.

Mac – O suspeito.

Megan – Um suspeito.

Mac – Está ficando muito vago. Fontes informadas.

Megan – Fontes confidenciais. Por que ele não falou extra-oficialmente?

Mac – Fez você bisbilhotar os arquivos do governo. Espertinho! Fontes do prédio do governo.

Megan – Parece o zelador.

Mac – Fontes confiáveis.

Megan – Por que Rosen quer que isso vaze?

Mac – Talvez ele queira ser legal, queira algo, ou goste de você. Não dá tempo de tentar entender. É melhor Davideck ler isso.

Megan – Ele vai adorar!

Temos aqui três situações peculiares ao exercício do jornalismo. Em primeiro lugar, está colocada a delicada questão do relacionamento com a fonte. Embora sejam conscientes de que as fontes de informação têm sempre algum interesse velado, os jornalistas, na grande maioria das vezes, mesmo se questionando sobre a verdadeira intenção das fontes, terminam por publicar as informações que lhes são passadas, sobretudo

quando estas gozam de credibilidade. E nesse sentido, o poder político exerce maior influência (ALSINA, 2009, p.165; SANCHEZ NORIEGA, 1997, p.53).

A segunda questão pontuada pela narrativa é a velocidade da produção da notícia, que, geralmente, não permite uma apuração mais cuidadosa dos fatos. Nesses casos, o jornalista tende a privilegiar os dados fornecidos por fontes confiáveis, a exemplo das instituições governamentais. Na opinião de Alsina (2009, p.165),

[...] o jornalista que precisa re-contextualizar rapidamente o acontecimento excepcional tem a tendência de privilegiar as interpretações estabelecidas pelo sistema político, e isso o leva a misturar a importância pública do acontecimento com a valorização estabelecida pelo sistema político.

Por fim, podemos destacar o trabalho jornalístico coletivo. O jornalista faz parte de uma equipe e, do ponto de vista da ética, isso representa um papel fundamental. Megan vai contar com o apoio de Mac durante todo o desenrolar da sua investigação jornalística. Mas, em se tratando de informações confidenciais, o respaldo do setor jurídico faz-se fundamental.

Davideck (advogado) – Está dizendo que o senhor Michael Gallagher é a provável causa da morte do Sr. Diaz.

Megan – Não. Só disse que ele está sendo investigado.

Davideck – Ele achará que o acusamos. Seus amigos e vizinhos também. Suponhamos que ele não seja um suspeito, que a informação seja falsa.

Megan – Mas é verdadeira.

Davideck – Se publicassem só a verdade, não precisariam de um advogado.

Megan – Eu li o arquivo.

Davideck – Meu interesse é a lei. A questão é: que proteção nós temos se a informação for falsa? [...]

Megan – Ele não vai nos processar.

Davideck – Falou com o senhor Gallagher?

Megan – A máfia não dá entrevistas.

Davideck (advogado) – Por favor, tente. Se ele não falar, incluiremos sua negação, o que parecerá justo. Se não, não nos responsabilizamos pelos erros que possa haver. Ao menos tentamos achá-lo. Para a lei, a veracidade do seu artigo é irrelevante. Não sabemos se a informação é falsa. Por isso, não há

dolo. Fomos razoáveis e prudentes; portanto, não negligentes. Podemos dizer o que quisermos. Michael Gallagher não pode nos prejudicar. Isto é democracia.

Daniel Cornu (1999, p.77) ressalta que o fato de o trabalho jornalístico ser desenvolvido com “urgência”, faz com que a investigação seja reduzida à credibilidade das fontes, prática que, ainda que seja usual, sempre acarreta problemas, pois mesmo essas fontes podem incorrer em uma falha. Tanto a decisão de proceder a uma investigação policial quanto a de acompanhar o caso por meio de uma investigação jornalística trazem, subjacentes, a questão do preconceito, uma vez que Gallagher é filho e sobrinho de mafiosos. Como destaca Karam (1997, p.87), “os preconceitos morais são constitutivos do próprio senso comum da sociedade, incluindo não apenas jornalistas e meios de comunicação, mas, igualmente, público, fontes” e, em determinadas circunstâncias, “os próprios protagonistas de um acontecimento ou revelação”.

A matéria é publicada e o empresário, que é inocente, sente-se lesado e procura o jornal.

Gallagher – O que escrevem quando o cara é inocente?

Megan – Não nos avisam quando a investigação acaba.

Davideck – Pelo que sabemos, a história é verdadeira. Agradecemos que tenha vindo, mas não podemos fazer nada. Temos a obrigação de divulgar.

Gallagher – De dizer a verdade também?

Megan – Claro!

Gallagher – Se querem a verdade, porque não falaram comigo antes?

Megan – Eu telefonei, mas ninguém atendeu.

Gallagher – Devia ter telefonado mais.

Davideck – Isso não está levando a nada. Podemos fazer algo mais?

A obrigação de divulgar os fatos vem do compromisso que o jornalista estabelece com a sociedade. Mas a dimensão pública da atividade exige algo que consta nos códigos deontológicos que regulam a profissão: transparência das fontes e também para com o público (CORNU, 1999, p.77). Para tanto é necessário que as notícias apresentem uma *pluralidade de versões* sobre o fato, o que no entender de Karam (1997, p.103) significa “que pessoas têm concepções diferentes, valores diferenciados, opiniões diversas e, junto com esta diversidade, caminham a ideologia e os interesses particulares, expressos nas declarações, fornecimento de documentos, fotografias e no ‘in off’”.

O autor ressalta, no entanto, que a exatidão, bem como a imparcialidade da notícia, associadas à sua responsabilidade social, implica em não restringir a busca pelas informações a “poucas declarações ou documentos parciais”, pois somente assim o jornalista poderá “revelar publicamente aquilo que atinge o público em sua cotidianidade”.

A preservação da identidade da fonte é também uma outra questão a ser analisada nesse contexto. De acordo com as normas que regem a profissão, os jornalistas devem, efetivamente, proteger suas fontes, quando elas forem confidenciais, não estando obrigado a revelar a sua identidade (ALSINA, 2009, p.170; CORNU, 1999, p.86). Por isso, Megan Carter se nega a revelar as *fontes confiáveis* a Gallagher.

Gallagher – Fontes confiáveis, você diz. Quem?

Megan – Lamento Gallagher, não posso ajudá-lo.

Gallagher – Alguém sem rosto e sem nome está tentando me pegar. Você foi usada. Escutou, escreveu o que ele lhe disse e o ajuda a se esconder. Diz que tem esse direito, mas eu não tenho o direito de saber quem é.

Megan – Se o inocentarem, escreverei.

Gallagher – Em que página? Se dizem que alguém é culpado, todos acreditam. Se é inocente, ninguém liga.

Megan – Não é culpa do jornal. As pessoas crêem no que querem.

Gallagher – Quem faz o jornal? Ninguém?

Se por um lado a deontologia presa pela preservação da fonte, por outro não consegue delimitar o que é de interesse público e o que deve se restringir à esfera da privacidade. As conseqüências da revelação pública de fatos que envolvem a vida das pessoas vêm se configurando como um dos grandes temas de debates em decorrência da sua complexidade ética. De acordo com Karam (1997, p.86),

[...] um dos grandes problemas que aparecem quando há coberturas jornalísticas delicadas que exigem investigação é que há posições diferentes com relação ao limite entre espaço público e espaço privado de movimento do indivíduo. E, da mesma forma, controvérsias sobre os limites daquilo que deve ser respeitado como propriamente privado.

O filme de Sidney Pollack vai nos apresentar um fato extremamente ilustrativo para essa reflexão. Vendo as notícias sobre Gallagher no jornal, Teresa Perrone se desespera com a possibilidade de ser chamada a depor, já que são grandes amigos. Na tentativa de ajudá-lo, ela procura Megan e lhe revela que no dia do desaparecimento de Diaz, Gallagher a havia levado a Atlanta para fazer um aborto. Mas pede para que ela não publique a informação.

Megan – Não posso escrever que alguém afirma que ele é inocente, sem dizer como, porque ou sem dar seu nome.

Teresa – Mas publicou o outro artigo.

Megan – Era diferente. Eu sabia de onde veio.

[...]

Teresa – Por que tem que sair no jornal? Não tem nada a ver. Foi algo particular.

Megan – Não prometo nada. Falarei com meus editores.

Teresa – Não entendo. Diga que alguém esteve com ele.

Megan – Sou repórter. Está falando com um jornal.

Teresa – Prometeu não publicar.

[...]

Megan – Estamos em 1981. As pessoas entenderão.

Teresa – As minhas pessoas não.

Embora o respeito à vida privada conste como dever fundamental nos códigos deontológicos da imprensa de todos os países (CORNU, 1999, p.93), Megan e Mac decidem pela publicação das informações.

Megan – Se não tem a ver com o caso, porque citar?

Mac – Deixe que os leitores decidam.

Megan – Não estou gostando de citar o aborto. O importante é que estava lá...

Mac – O que dá credibilidade é o aborto. Não me diga que não é relevante.

Megan – Tem certeza de que está certo?

Mac – Nunca tenho certeza. Ela é o alibi para o suspeito de um crime. O público merece saber quem é. Você está se envolvendo com Gallagher?

Megan – Boa noite, Mac.

A decisão de publicar ou não um fato, qual o enfoque a ser trabalhado, bem como a dimensão do destaque que a notícia deve ter constitui em si mesmo um conflito moral, que “implica uma valoração de determinadas fontes, em detrimento de outras, e quais aspectos das declarações serão escolhidos” (KARAM, 2004, p.88).

E como a maior responsabilidade sobre a notícia é do próprio jornalista, Megan vai sofrer com a morte de Teresa Perrone. De família tradicional e funcionária de um colégio católico, ela não suporta a exposição de sua intimidade no jornal e se suicida. Antes, recolhe os jornais que foram entregues na casa de seus vizinhos. O impacto da drástica conseqüência de seu artigo leva a jornalista a revelar para Gallagher que Rosen é a *fonte confiável*.

Depois da morte da amiga e da perda dos seus funcionários, que diante das notícias foram obrigados pelo sindicato a parar de trabalhar, o empresário decide montar um plano para desmascarar aqueles que querem lhe prejudicar. Ao mesmo tempo, se envolve com a jornalista que passa a acreditar na sua inocência.

Mas como os jornalistas que convivem frequentemente com determinados centros de informação e estabelecem com eles relações não só de proximidade, como também de intimidade, correm o risco de se deixar levar pelas estratégias das fontes, perdendo de vista o compromisso com o público (PINTO, 2000, p.284), Megan deixa-se novamente influenciar pelo agente com quem já teve um relacionamento amoroso. Tomando como verídicas as provas que ele lhe apresenta, ela publica uma nova matéria, preservando a sua identidade, e expondo não somente Gallagher, mas também o promotor público Jim Quinn.

O artigo leva a promotoria da Divisão do Crime Organizado do Departamento de Justiça a convocar uma audiência judicial, onde Quinn, Rosen, Megan e Gallagher são ouvidos por James Wells. A avaliação do chefe da promotoria sintetiza o desenrolar do caso:

Esse é o artigo mais infame que já li. Sabemos que não se diz à imprensa o que publicar. Esperamos que sejam responsáveis, mas quando não são, não há muito a fazer. Não se pode deixar vaziar informação assim. Não é legal e pior que isso, não é direito. [...]

Mais tarde darei uma declaração à imprensa. A senhorita não vai gostar. Direi que o senhor Quinn não é um promotor brilhante, mas que não há nada contra ele. E que foi usada pelo senhor Rosen, que tem uma forma estranha de trabalhar. Direi que foi prematuro e errado que tais notícias tenham vazado. Não precisa publicar, mas vai acabar nos jornais.

O *Miami Standard* é obrigado a explicar a situação e uma outra repórter é encarregada de fazer o artigo, que necessariamente terá de falar sobre o envolvimento que Megan teve com Gallagher. Consciente de que a sua falta de malícia a deixou ser enganada pelas fontes que ela julgava confiáveis, Megan reflete sobre suas ações e percebe que *ainda*

não é uma ótima repórter e por isso trabalhou mal. A consciência do jornalista sobre os limites do seu trabalho deve levar em conta, sempre, que nem tudo pode ou deve ser dito em qualquer momento, até porque, como ressalta Alsina (2009, p.254), o que o jornalista faz, na verdade, não é explicar os fatos, mas sim oferecer uma explicação para “o depoimento de um suposto fato”.

Sánchez Noriega (1997, p.66) destaca que *Ausência de Malícia* é um filme extremamente ilustrativo do poder de manipulação das fontes. Mas a película vai mais além ao revelar situações inerentes à prática do jornalismo investigativo. Por isso, podemos dizer que ela permite refletir sobre os dilemas profissionais, que embora grandes e difíceis de resolver, podem ser repensados a partir da conjunção da técnica com a teoria, que representa a “*práxis jornalística* da atividade do fazer e pensar a profissão; do fazer, refazer, pensar e repensar as finalidades ontológicas expostas nos códigos éticos da atividade” (KARAM, 2004, p.25).

4.4.3 Ética e constrangimentos organizacionais

De acordo com Cornu (1999, p.66-67), o final do século XX presenciou uma evolução do jornalismo para a investigação comprometida com a busca da verdade, que não se limita a relatar os fatos espontâneos, “mas que procura descobri-los, trazê-los à luz do dia contra tudo e contra todos”. Entretanto, esse compromisso depara-se com a oposição dos interesses de todos aqueles que não desejam a veiculação dessas informações.

O Informante é um filme bem ilustrativo desse contexto, que se torna ainda mais significativo por apresentar um caso real, envolvendo o programa *60 Minutes*, da rede americana CBS, apresentado por Mike Wallace.

O produtor do programa Lowell Bergman recebe, em sua residência, uma correspondência anônima com um material científico relativo a índices de combustão. Para compreender o conteúdo, procura a indicação de um cientista que possa vertê-lo para o inglês e tornar a sua linguagem acessível. É então que ele procura Jeffrey Wingand, ex-vice-presidente de uma indústria tabagista, recentemente demitido. Com receio de estar sendo contactado para uma entrevista, Wingand resiste em atender ao pedido.

Bergman, então, marca um encontro em um hotel, onde eles possam conversar reservadamente, assegurando ao cientista que toda a conversa será confidencial. Wingand explica que se trata de um *estudo de produtos contra incêndio para a Philip Morris e que pode traduzi-lo em termos simples*, mas deixa claro que não falará *nada além* porque era vice-presidente da empresa tabagista Brown & Williamson, responsável pela chefia do departamento de Pesquisa e Desenvolvimento, e que, ao sair da empresa, assinou um contrato de confidencialidade.

Logo depois do encontro, o cientista é chamado pela empresa para assinar um outro contrato com novas cláusulas de coação. Atribuindo o fato à conversa com o jornalista, Wingand telefona e ofende Bergman, que decide, então, procurá-lo.

Bergman – Não gosto de acusações paranóicas. Sou jornalista. Use a cabeça! Que jornalista sou eu? Entrego as pessoas que me informam antes de receber as informações?

Wingand – Veio até aqui me dizer isso?

Bergman – Não. Não vim. Tabaco é uma grande matéria e você tem algo a dizer. Mas, sim, vim até aqui para lhe dizer que com ou sem a sua matéria, dane-se o que você tem a dizer. Não delato as pessoas.

Diante da atitude do produtor, Wingand decide contar a ele sobre os motivos da sua demissão, e esclarecer que é a situação financeira de sua família e a asma de sua filha que o fazem manter o acordo de confidencialidade. Bergman então lhe sentencia:

Bergman – Então, você está em conflito, Jeff. Porque o negócio é o seguinte: se você tem dados vitais que o povo americano deve saber para o seu próprio bem estar, e você se sente compelido a revelá-los e infringir seu contrato, é uma coisa. Por outro lado, se quer honrar o contrato, então é simples: faça isso. Não diga nada, não faça nada. Só uma pessoa pode resolver isso para você, e é você mesmo, sozinho.

Ciente de que Wingand gostaria de revelar os dados extremamente importantes que têm conhecimento, mas que não o faz devido ao acordo de confidencialidade, Bergman decide encontrar uma forma de fazê-lo falar sem ser punido e compartilha isso com os colegas durante uma reunião de pauta.

Bergman – Ele é cientista conceituado na terceira maior empresa de tabaco da América. Ele é administrador de empresas. Nunca temos informantes de

empresas da Fortune 500. Ele tem informação privilegiada. Tem algo a dizer. Ele quer falar. Quero no 60 Minutes.

Produtor 1 – Não interessa o que ele quer.

Wallace – Tem um acordo de confidencialidade. Dá um tempo! É uma questão de saúde pública. Ele pode falar dessas questões e nós levamos ao ar. Não têm direito de escondê-lo com um acordo de confidencialidade.

Produtor 2 – Não precisam desse direito. Eles têm dinheiro. É o cheque sem limite. É assim que a indústria tabagista ganha sempre e em tudo. Gastam 600 milhões de dólares em honorários legais. [...] Vão aplicar a lei da mordança, processar por quebra de contrato, impedirão ele, você, nós, o cachorro dele, o veterinário. Mantém todos em litígio por 10 ou 15 anos. Eles entram com tudo. Ele sabe disso. Por isso ele não falará com você.

Bergman – Vamos analisar por outro ângulo.

Wallace – Como assim?

Bergman – Temos uma pessoa que quer falar, mas está oprimido. E se fosse obrigado a falar?

Wallace – Tortura? Ótimo para a audiência!

Produtor 1 – Como assim “obrigado”?

Bergman – Obrigado pelo Departamento de Justiça. Tribunais estaduais, ser testemunha. Isto atravessaria qualquer acordo de confidencialidade, não é?

Assistente – Como se faz isso?

Produtor 2 – Como atravessaria o acordo de confidencialidade?

Bergman – Porque ele terá que revelar perante a lei. Será revelado oficialmente. Pronto, não é mais segredo! Como podem impedi-lo de falar ou revidar? O mundo saberá.

Produtor 1 – Se conseguir tornar registro público, talvez.

De acordo com Karam (1997, p.53-54), a garantia do direito social à informação é concomitante à preocupação com as questões éticas que dizem respeito ao jornalismo, e, em decorrência disso, os princípios deontológicos “sempre tentaram vincular a mediação jornalística à responsabilidade social que exige a profissão”.

Bergman escolhe lutar para que Wingand dê uma entrevista ao programa. Para tanto, tenta convencê-lo da importância disso, ao tempo em que procura formas de assegurar que o seu depoimento público não traga problemas para ele e sua família.

Bergman – Se decidir falar no 60 Minutes, preciso saber sobre sua demissão.

Wingand – Por quê?

Bergman – Vão vasculhar seu passado. Vão jogar lama em você. Preciso saber de tudo. Entende?

Wingand – Eu bebo. Em algumas ocasiões, mais do que devo. Já fui acusado de furto, mas foi engano. Empurrei Liane uma vez [...]. Fui demitido porque quando fico nervoso, é difícil eu me censurar e não gosto de ser coagido.

Bergman – Não estou coagindo você. Estou fazendo perguntas.

Wingand – Para você, sou apenas uma mercadoria, não é? Qualquer coisa que valha a pena pôr entre os comerciais.

Bergman – Para a Rede, talvez sejamos todos mercadorias. Para mim, você não é. Você é importante. Se falar, 30 milhões de pessoas ouvirão o que tem a dizer. Nunca mais, nada será como antes. Acredita nisso?

Wingand – Não.

Bergman – Deveria, porque quando você terminar, haverá um juízo no Tribunal da Opinião Pública. E este é o poder que você tem.

Wingand - Você acredita nisso?

Bergman – Sim, acredito.

Wingand – Informar as pessoas, e aí acontece?

Bergman – É.

Wingand – Talvez é o que diz a si mesmo, para justificar o bom emprego, o status. Talvez para os telespectadores seja apenas voyeurismo de domingo. Talvez não mude nada e pessoas como eu e minha família ficam mesmo abandonadas, usadas, falidas, sozinhas.

O contato com Bergman torna-se freqüente e, após sofrer ameaças e sentir-se coagido⁵³, Wingand decide falar. Antes mesmo de depor no Tribunal da Opinião Pública, ele pede a Bergman para gravar a entrevista⁵⁴. Embora edite todo o programa, o produtor garante à sua fonte que só veiculará o material quando for seguro para ela. Essa relação de confiança entre fonte e jornalista é essencial para a preservação tanto da integridade física e moral daquele que se dispõe a ser o informante quanto da credibilidade e da valorização do trabalho do jornalista, já que a relação entre o acontecimento, a fonte, o jornalista e a notícia é fundamental para o processo de construção da realidade operado pela mídia.

Depois do programa pronto, o departamento jurídico e a presidência da CBS News decidem convocar uma reunião com toda a equipe de produção, na qual a consultora jurídica, Helen Caperelli apresenta possíveis riscos de veiculação do material.

Caperelli – Achei melhor nos reunirmos porque um novo conceito jurídico tem ganhado muita atenção atualmente: interferência ilícita. Se duas pessoas têm

⁵³ O diretor Michael Mann esclarece, no final do filme, que as cenas em que a Wingand e sua família são ameaçados de morte foram criadas apenas para conferir dramaticidade à narrativa.

⁵⁴ Jeffrey Wingand revela a omissão pública das indústrias tabagistas, no que concerne à revelação de que substâncias cancerígenas são utilizadas na composição dos cigarros. Ele afirma ainda que uma pesquisa, coordenada por ele, apresentou a possibilidade de substituição desses produtos por outros de menor impacto para a saúde, mas a probabilidade de redução das vendas fez com que as indústrias mantivessem a mesma composição.

um acordo, digamos de confidencialidade, e uma delas quebra o acordo porque foi induzida por uma terceira parte, essa terceira parte pode ser processada por interferência. Daí, interferência ilícita.

Hewitt (Produtor Executivo) – “Interferir”? É o que fazemos.

Bergman – Estamos tentando dizer que isso é o que acontece sempre. Fazemos notícias. As pessoas sempre nos contam o que não devem. Devemos verificar a veracidade e o interesse do público. Ai então, levamos ao ar.

Wallace – Depois de corroborarmos. Por isso, nunca perdemos um processo. Temos um show de classe. Algo mais?

Caperelli – A verificação do 60 Minutes é exata e precisa. Não custaria ter certeza de que vocês estão certos nesse caso.

Hewitt – Por quê? Temos encargos legais? O que diz a CBS News, Erik?

Erik Kluster (Presidente da CBS News) – Há uma possibilidade. É um tanto remota.

Caperelli – Mas devemos checar, Mike. Contratei serviços advocatícios de fora para isso. Em um programa que já está abundando em problemas...

Bergman – O que quer dizer com “abundando”?

Caperelli – Soube que fizeram promessas a Wingand.

Bergman – A de que segurariamos a história até que fosse seguro para ele.

Caperelli – Soube que há dúvidas quanto à veracidade da testemunha.

Bergman – Sua veracidade serviu para o Estado de Mississipi.

Caperelli – Nossos padrões devem ser maiores que de todos. Nós somos o padrão para todos os outros.

Bergman – Como ‘padrão’, eu digo que ele diz a verdade.

Caperelli – Como interferência ilícita, eu temo que, neste caso, quanto maior a verdade, maior o prejuízo para eles. Se ele mentiu, não revelou a informação deles, os prejuízos são menores.

Bergman – Estamos no ‘País das Maravilhas’!

Wallace – Você disse ‘neste caso’. O que tem este caso?

Caperelli – Se for verdade, e talvez não seja, Mike, mas se for, e transmitirmos o programa, e a CBS for processada pela Brown & Williamson, acho que corremos um grande risco.

Wallace – Quanto grande?

Caperelli – No final do dia, por causa do seu programa, a empresa de tabaco Brown & Williamson pode ser dona da CBS.

Bergman – A CBS Corporate está dizendo à CBS News: “Não levem essa matéria ao ar”.

Caperelli – Está tirando conclusões. Estamos nisso juntos. Somos todos CBS. Logo saberemos. Obrigada, senhores.

Bergman – ‘Interferência ilícita’. Parece doença...

Wallace – Não se preocupe, nós mandamos aqui.

A liberdade de informação no contexto das empresas de comunicação será sempre uma questão delicada, do ponto de vista da ética jornalística. Como enfatiza Karam (1997, p.74), se o jornalismo

“reconstrói simbolicamente o mundo em sua imediatidade, é necessário que o profissional, a propriedade e o controle dos meios, o público e as fontes tenham alguma conexão moral de compreensão da atividade específica informativa”. Os códigos deontológicos apresentam definições para “interesse público, privacidade e liberdade de informação jornalística”. Mas como eles também trazem contradições nesse sentido, podemos dizer, então, que sempre haverá conflitos nos quais estas dimensões do trabalho jornalístico vão se deparar com os interesses que circundam a atividade.

No entender de Sánchez Noriega (1997, p.114, tradução nossa, grifos do autor),

[...] de certa forma, pode se dizer que nas indústrias midiáticas e culturais de nossa sociedade, o exercício da liberdade de expressão, entendida como serviço que proporciona informação relevante e crítica aos cidadãos, é seletiva e se dirige, principalmente, para *o estatal* (política, administrações estatais, com toda a complexidade e os interesses criados que existem nesse terreno) ou para o *privado e pouco expressivo* (empresas pequenas, pessoas concretas), mas não abarca *o público* em sua totalidade, porque ficam de fora os mencionados poderes econômicos assim como os grupos de pressão com a suficiente força para serem intocáveis.

No contexto dos grandes conglomerados de mídia, a força econômica das grandes corporações se sobrepõe, muitas vezes, ao compromisso do jornalismo com a revelação de informações de interesse público.

Kluster – Olá, Lowell, Mike e Don. Tem havido tanta investigação sobre este Wingand que optei por uma versão alternativa do show sem a entrevista.

Bergman – E os advogados de fora da senhorita Caperelli que estão checando tudo, e essa baboseira toda?

Kluster – Estão checando. Espero que não tenhamos que usar o alternativo, mas ele deve estar preparado.

Bergman – Não vou alterar nada.

Kluster – Vai sim.

Bergman – Não vou.

Kluster – Estamos fazendo isso com ou sem você, Lowell. Se quiser, mando outro produtor editar o seu programa.

Bergman – Desde quando o modelo do jornalismo investigativo permite que os advogados determinem o seu conteúdo?

Kluster – É uma versão alternativa

Hewitt – Qual é o problema com um alternativo? Não acho que ser cuidadoso é tão irracional.

Kluster – Se me derem licença, senhores...

Bergman – Antes de ir, descobri isso. Arquivo da SEC para a aquisição da CBS Corporation pela Westinghouse Corporation.

Wallace – O quê?

Hewitt – Ouvi rumores.

Bergman – Não é rumor. É uma venda. Se Tisch (Presidente da CBS Corporation) puder passar a CBS por 81 por ação a Westinghouse, e, de repente, é ameaçado com um processo multibilionário da Brown & Williamson, isso azedaria a venda, não é?

Hewitt – O que está insinuando?

Bergman – Insinuando não, citando. “Mais capitais realizados. Pessoas que lucrariam com a fusão: Senhorita Caperelli, conselheira jurídica da CBS News, 3,9 milhões de dólares. Senhor Erik Kluster, presidente da CBS News, 1,4 milhões de dólares”.

Hewitt – Está insinuando que ela e Erik são influenciados por dinheiro?

Bergman – Claro que não! Trabalham de graça. E você é um produtor executivo voluntário.

Hewitt – A CBS não faz isso. Está questionando a nossa integridade jornalística?

Bergman – Não. Questiono a sua audição. Você ouviu “razoável e interferência ilícita”. Eu ouço “propenso a processo da Brown & Williamson, arriscando a venda da CBS à Westinghouse”. Ouço “Parem o programa. Dispensem Wingand. Obedeçam a ordens e fodam-se”.

Hewitt – Está exagerando.

Bergman – Estou? Você me paga para trazer caras como Wingand, atrair, fazer com que confiem em nós. Fazê-lo falar na televisão. Faço exatamente isso. Ele senta e abre o bico. Infringe o próprio contrato de confidencialidade. E é testemunha no maior caso de reforma da saúde pública, talvez o maior e mais caro caso de conduta ilegal corporativa na história dos Estados Unidos. E Jeffrey Wingand, que está em apuros, vai contar a verdade numa rede de televisão? Sim. É boa notícia? Sim. Vamos levar ao ar? Claro que não. Por quê? Por que não está dizendo a verdade? Não. Porque ele está dizendo a verdade. Por isso não levaremos ao ar. E quanto mais verdade ele diz, pior fica.

Hewitt – Você é um fanático. Um anarquista, sabia? Se não temos o programa todo, prefiro ter a metade a nada. Mas só ficará satisfeito se colocar a empresa em perigo.

Bergman – Você é homem de negócios ou de notícias? Porque é isso o que eu, Mike e outras pessoas aqui fazemos para viver. Por em risco uma empresa? Me dá um tempo! Estas pessoas estão arriscando o motivo pelo qual fazemos o que fazemos.

Wallace – Lowell, concordo com Don (Hewitt).

O universo dos conglomerados de mídia envolve não somente outros ramos da economia, além da comunicação, como também montantes de bilhões de dólares, o que faz com que eles sempre optem por excluir algo que, ainda que seja de interesse público, represente sérios problemas financeiros ou ideológicos (KARAM, 2004, p.231).

De acordo com Sánchez Noriega (1997, p.113, tradução nossa)⁵⁵, a dependência financeira que os meios de comunicação têm da publicidade é o principal fator condicionante da “real liberdade de expressão”, uma vez que a rádio e a televisão dependem totalmente dos anúncios e a imprensa escrita, aproximadamente 60%. Nesse cenário, segundo Karam (1997, p.232), a mídia se vê como apenas mais um negócio, entre tantos outros, que se destina à produção do capital. Porém, é preciso ressaltar que as conseqüências da opção jornalística por não informar ou desinformar “são relevantes do ponto de vista da formação da cidadania e do acesso democrático e imediato a diferentes setores sociais onde se produzem ações e declarações”.

A ameaça que o depoimento de Wingand representa para a CBS News faz com que a empresa lance mão de estratégias com o objetivo de impedir a veiculação da entrevista. A primeira é um dossiê que visa à difamação do cientista, para afetar a sua credibilidade enquanto fonte, e que será repassado para que o *Wall Street Journal* e, possivelmente, o *Washington Post*, divulguem. Diante disso, Hewitt decide que a versão do programa sem a entrevista irá ao ar no prazo de duas semanas.

Bergman se preocupa e telefona para Wingand para saber a verdade sobre as acusações.

Wingand – Sob o microscópio, qual vida não tem nenhuma falha?

Bergman – Essa é a questão. De qualquer um, de todos. Vão fuçar em tudo, escavar todo defeito, todos os seus erros. Vão distorcer e exagerar tudo o que você já fez.

Wingand – O que isso tem a ver como o meu testemunho?

⁵⁵ O autor apresenta o resultado de uma pesquisa da Fundesco, realizada, em 1993, com 150 diretores de jornais, nos Estados Unidos, na qual 90% reconhecem a pressão dos anunciantes para influenciar o conteúdo da informação e 71% admitem a interferência para evitar a divulgação de uma notícia. Dos entrevistados, 37% assumem já ter cedido à pressão, e afirmam que a resistência implicou na retirada da publicidade em 89% dos casos.

Bergman – Não é isso.

Wingand – Eu disse a verdade! Pode ser provado!

Bergman – Não tem nada a ver se você disse a verdade ou não!

Wingand – Eu disse a verdade.

Bergman – Preciso rebater toda droga de acusação feita neste relatório antes do Wall Street Journal publicar. Estou tentando te proteger.

Wingand – Espero que suas rebatidas sejam melhores.

Ciente de que a imagem de Wingand será destruída se ele não fizer algo para impedir, Bergman solicita a dois amigos que apurem a verdade sobre as acusações imputadas ao cientista, ao mesmo tempo em que procura o editor do *Wall Street Journal* e o alerta sobre o perigo de divulgar o dossiê, pois ele pode ser falso. O colega lhe promete olhar o novo material, mas assegura que não prorrogará o prazo de divulgação do dossiê.

De acordo com Alsina (2009, p.166), o jornalista estabelece um vínculo com a fonte que pressupõe interação e reflexão. Além de estar sujeito a uma “negociação ideológica e lingüística”, o profissional encontra-se refém de “influências externas do campo da informação”. A atitude do jornalista revela, portanto, uma vertente incomum desse compromisso com a fonte. Não sendo necessária a preservação da identidade de Wingand, uma vez que ele decidiu falar num dos mais importantes programas da televisão americana, a preocupação de Bergman é com a preservação da sua integridade, pois é consciente dos interesses escusos que estão por trás do processo de difamação que a CBS está tentando imputar ao cientista, com o objetivo de ferir sua credibilidade e assim justificar a não veiculação da entrevista.

Para Cornu (1999, p.66), a tentativa de impedir a veiculação de informações “incômodas” é semelhante à censura exercida pelos governos em ocasiões históricas. A deontologia, por sua vez, prega que os jornalistas devem resistir às pressões internas das empresas. Mas toda resistência tem um preço, e quando não redunde em uma demissão, pode gerar um afastamento temporário. A opção de Bergman em lutar pela sua fonte faz com que Hewitt o obrigue a sair de férias. Num contraponto, vemos Mike Wallace optar por não entrar na briga porque não deseja passar o resto de sua carreira *vagando pela Rádio Pública Nacional*.

Mesmo assim, Wallace tenta amenizar a situação, anunciando o corte da entrevista durante a apresentação do telejornal. Mas a rede também corta a sua fala, e ao ver o programa no ar, ele se revolta.

Wallace – E o resto? Onde está o resto? Você cortou. Você cortou tudo o que eu disse.

Kluster – Foi devido ao tempo.

Wallace - Tempo? Mentira. Seu laçao corporativo. Quem disse que seus dedos incompetentes possuem o talento para me editar? Estou tentando remediar a situação aqui e você...

Caperelli – Mike...

Wallace – Mike, Mike. Tente dizer senhor Wallace. Trabalhamos na mesma empresa, não na mesma profissão. O que vai fazer agora? Vai me bajular? Dar conselhos de advogada? Estou nessa profissão há 50 anos! Você e seus superiores estão destruindo o programa mais respeitado, de maior audiência e mais lucrativo nesta rede.

Por mais importante que seja, do ponto de vista do interesse público, o depoimento de Wingand representa um perigo para a negociação da CBS News. E, em se tratando de uma organização, “o fato empresarial pesa mais que o fato informativo” e os seus interesses, sejam eles políticos ou econômicos, sempre determinarão a divulgação ou não de informações, assim como o grau de interpretação de um acontecimento (SÁNCHEZ NORIEGA, 1997, p.67-68).

O programa vai, então, ao ar sem a entrevista, e Wingand fica revoltado, porque a sua decisão de depor no *Tribunal da Opinião Pública* e dar a entrevista ao *60 Minutes* ocasionou, entre outras coisas, a sua separação conjugal.

Wingand – Você me manipulou.

Bergman – É mentira. Facilitei as coisas para alguém que queria dizer sim. Ajudei você, só isso. Você não é um robô, Jeff. Tem opinião própria.

Wingand – “É com você, Jeffrey. É o poder que você tem, Jeffrey. Informações vitais que o público americano precisa saber”. Lowell Bergman, o bacana que nunca recusou uma fonte sequer.

Bergman – Briguei por você e ainda brigo.

Wingand – Brigou por mim? Você me manipulou [...]

Bergman – Até onde levará isso? Você é importante para muita gente. Pense nisso. Pense neles. Estou ficando sem heróis. Homens como você, andam em falta.

Wingand – É, homens como você também.

A atitude de Bergman de brigar por Wingand é ilustrativa daquilo que Sánchez Noriega (1997, p.113, tradução nossa) chama de ‘independência’, ou seja, a vontade de que o exercício de mediação jornalística “não dependa ou se encontre sob coação por interesses bastardos”. Nesse sentido, Karam (1997, p.96) lembra a existência, em

códigos de ética de vários países, de uma “cláusula de consciência”, segundo a qual, “os profissionais podem recusar-se a fazer matérias, realizar coberturas ou serem obrigados a cumprir normas editoriais que, por razões explícitas ou implícitas, sejam contrárias às suas convicções interiores”⁵⁶.

É a consciência de todos esses fatores que leva Bergman a se questionar sobre a sua função e sobre o seu papel enquanto jornalista:

Bergman – Sou Lowell Bergman, do 60 Minutes. Tire 60 Minutes da frase e ninguém liga de volta. Talvez Wingand tenha razão. Talvez eu esteja viciado. Em que estou viciado? No furor do 60 Minutes. E para quê? “Entretenimento Informativo”. É tudo tão inútil.

E a decidir selar o seu compromisso com a fonte e com o público delatando a CBS ao *New York Times*:

Jim (New York Times) – 60 Minutes está deixando a CBS Corporate decidir o que é notícia? O que Wallace e Hewitt acham disso?

Bergman – Estou sozinho...O que acham?

Jim – Ora, isso é o New York Times. Não sei o que acham.

Bergman – Até descobrir, só posso contar o que você já sabe. Não transmitirão a entrevista.

Jim – Me dê 10 minutos.

Jim – Primeira página. Estão interessados, vamos conversar. Tem certeza de que quer fazer isso?

Bergman – Por quê?

Jim – Se não der certo, vai queimar seu filme.

No dia seguinte, o *Times* revela detalhes do que aconteceu na *CBS News*, e o *Wall Street Journal* afirma que:

Um exame minucioso e a pesquisa independente desse jornal sobre o material indicam que muitas alegações sérias contra o senhor Wingand são apoiadas em provas insuficientes ou contraditórias.

A atitude de Bergman causa surpresa e indignação em Hewitt. Wallace, apesar da decepção inicial, passa a concordar com o colega.

Bergman – Esta nossa divisão foi depreciada no New York Times, no Journal, na televisão por ceder aos interesses comerciais.

⁵⁶ A esse respeito, ver também Cornu (1999, p.265-270), quando fala sobre o direito de recusa dos jornalistas.

Hewitt – O New York Times deu detalhes do que conversamos de portas fechadas. Você fodeu a gente.

Bergman – Você fodeu-se sozinho! Não inverta nada. A empresa de tabaco tentou difamar Wingand. Você caiu na deles. O Wall Street Journal, não exatamente uma fortaleza na visão anti-capitalista, refuta a campanha de difamação da empresa de tabaco como a forma mais baixa de desmoralização de caráter. E mesmo agora, com todas as palavras do que Wingand disse no nosso programa impressas, todo o depoimento de seu testemunho em um tribunal de direito do estado de Mississipi, com tudo totalmente às claras, você ainda insiste em discutir? Do que mais você precisa?

Hewitt – Mike, diga a ele.

Wallace – Você fodeu com tudo, Don.

Hewitt – É notícia velha. Vai por mim. Vai ficar tudo bem. Estas coisas duram apenas 15 minutos.

Wallace – Não. Esse é o prazo da fama. Fama dura 15 minutos. Infâmia dura um pouco mais. Nós cedemos. É tolice. É simplesmente errado. Vamos fazer isso.

A exposição dos fatos em dois grandes jornais americanos configura-se como uma pressão, e leva a CBS News a veicular a versão original do *60 Minutes* contendo a entrevista completa de Jeffrey Wingand.

Wallace – Os executivos da CBS não permitiram a transmissão da nossa entrevista original com Jeffrey Wingand porque estavam preocupados com a possibilidade de um processo de bilhões de dólares por interferência ilícita. Mas, agora, as coisas mudaram. O doutor Wingand nos disse que seu chefe...

Imagens mostram as pessoas assistindo ao programa em locais públicos. A satisfação está expressa no olhar de Bergman, que vê o programa em uma rodoviária, e de Wingand, que se orgulha de assistir ao programa ao lado das duas filhas pequenas.

A opção do jornalista por revelar à imprensa detalhes sobre questões internas da CBS pode ser também avaliada como uma atitude de caráter antiético, uma vez que expôs, publicamente, a empresa e também a direção do *60 Minutes*. Não nos cabe, aqui, a defesa de que *os meios justificam os fins*, até porque não concordamos com tal premissa, mas sim a avaliação da atitude de Bergman sob a perspectiva da condição de liberdade, que como já mencionamos, se constitui fator imprescindível ao exercício do jornalismo. Como aponta Cornu (1999, p.266-267), embora seja uma “liberdade enquadrada”, uma vez que diz respeito à colocação do jornalista dentro da empresa de comunicação, é

uma “liberdade real”, que se apresenta em primeira instância pela “liberdade de recusa” e em segundo lugar pela coragem do “ato de desobediência midiática”.

O filme de Michael Mann é, portanto, extremamente ilustrativo da avaliação que Karam (1997, p.119) faz sobre Liberdade de Imprensa nesse contexto: “Liberdade de Imprensa é o nome que os jornalistas dão à diversidade de opiniões, pluralidade de versões e correção de erros informativos. Interesse pessoal é a aplicação que muitos empresários da comunicação, comentaristas e editores dão ao conceito *liberdade de imprensa*”.

A sequência final leva, também, a uma reflexão sobre o sentido da liberdade humana. Depois de dizer ao colega com quem, durante 14 anos compartilhou a feitura do *60 Minutes*, que *o que havia se quebrado ali não poderia mais ser concertado*, Bergman atravessa o *hall* de entrada do prédio da CBS News e, após passar pela porta giratória, ajusta o sobretudo, atitude que ganha uma dimensão de subjetividade muito grande, devido à utilização do recurso *slowmotion*, que coloca a imagem em câmera lenta. A trilha sonora contribui para reforçar a idéia de liberdade dele, enquanto profissional e, sobretudo, enquanto ser humano.

4.5 Verdade, responsabilidade e liberdade: Matizes da ética jornalística no cinema

What's News? Essa pergunta que aparece como manchete na primeira página do *Wall Street Journal* nos leva à reflexão sobre o que de fato representa o conceito de notícia para jornais e jornalistas. Os filmes analisados trazem esse questionamento subjacente ao contexto das situações que norteiam os enredos. Implícito também se coloca o conceito de verdade relacionado ao jornalismo.

Para Lippmann (2008, p.304), verdade e notícia são coisas distintas, pois “a função das notícias é sinalizar um evento, a função da verdade é trazer luz aos fatos escondidos, pô-los em relação um com o outro e fazer uma imagem da realidade com base na qual os homens possam atuar”. Beltrão (1992, p.67), por sua vez, define o jornalismo como “a informação dos fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”.

E se é a interpretação e a contextualização dos fatos, até então desconhecidos da sociedade, que define tanto o conceito de verdade como o conceito de jornalismo, podemos então dizer que a construção social da realidade operada pelos meios de comunicação pressupõe uma responsabilidade do jornalista sobre a verdade dos fatos que difunde ao público.

Essa responsabilidade aparece nos quatro últimos filmes analisados sob diferentes ângulos, mas podem ser sintetizadas a partir de três vertentes apontadas por Cornu (1999, p.368), para quem “os jornalistas assumem a tarefa de reconstruir pela observação o mundo *do que é*. Alguns deles tentam dizer pela interpretação o *mundo do que deve ser*. Falham quando se trata de representar pelo testemunho o mundo *do que é sentido*”. Lowell decide lutar pela revelação autêntica de fatos desconhecidos que afetam diretamente a saúde pública. Russell e Claire interpretam os fatos movidos pelo desejo de que o contexto da guerra tenha um outro significado. Já Megan e Johnny falham porque ao jornalista não é permitido apenas sentir. Cautela, bom senso e o compromisso com a contextualização dos fatos são condições fundamentais para o exercício responsável e ético do jornalismo.

Naturalmente que recorrer a essa síntese apresentada pelo autor tem um valor ilustrativo, uma vez que a complexidade inerente ao universo jornalístico traz em si conflitos e valores que possibilitam um redimensionamento dos exemplos a partir das mesmas vertentes. Além disso, como reforça o próprio Cornu (1999, p.410), a responsabilidade dos jornalistas tem participação direta na responsabilidade social inerente aos meios de comunicação, que por sua vez “ultrapassa a soma das responsabilidades individuais dos jornalistas”.

O contexto dessas relações se encontra representado nos filmes, e nos permite dizer que os problemas éticos abordados condizem, do ponto de vista cronológico, com o momento vivido pela imprensa americana apresentado pelas narrativas. Os conflitos vivenciados pelas personagens ampliam, no entanto, a dimensão da reflexão sobre os valores éticos e morais que permeiam o exercício do jornalismo, trazendo à tona a discussão sobre “a razão de ser de expressões como *direito de saber, liberdade de escolha, possibilidade de emissão de juízos de valor autônomos, enfim, liberdade e democracia, isenção e imparcialidade, interesse público e relevância social*” (KARAM, 2004, p.245).

Agregando ainda a questão da liberdade como fator condicionante da profissão, os *newspaper* hollywoodianos levam a pensar, como aponta Karam (1997, p.58), na importância da criação de

uma teoria do jornalismo que se dedique às questões éticas relacionadas especificamente com a profissão, assim como incitam ao cotidiano exercício de suspensão, proposto por Moretzsohn (2007), que objetiva combater a idéia de que o jornalista não tem tempo para pensar contra os fatos.

O jornalismo, assim como o cinema, atribui significado ao que expressa. E, embora as narrativas, a exceção de *O Informante*, apresentem situações fictícias, servem como valioso material de contextualização dos conflitos éticos vivenciados pelo jornalismo em sua trajetória, já que todas as situações podem ser analisadas à luz da prática cotidiana da profissão.

Honoré de Balzac deixou atestado, em *Ilusões Perdidas* (2007), que não seria necessário inventar a imprensa, caso ela não existisse. A análise sistemática de filmes hollywoodianos, produzidos ao longo de um século, ao revelar diversas faces desse profissional, desde aqueles que manipulam os fatos para atender a interesses pessoais aos que se preocupam com a integridade moral das pessoas, contribui, no entanto, para reforçar, como enfatiza Karam (1997, p.39), a defesa de que o jornalismo “não é só moralmente defensável”, como também “moralmente imprescindível”.

CAPÍTULO 5 – O JORNALISTA NO CINEMA

“E as imagens filmadas (justamente porque o cinema parece tão perfeito, porque não parece uma máscara) talvez sejam as mais ilusórias de todas as máscaras que colocamos sobre o rosto da realidade”.
Jean-Claude Carrière

A potencialidade que tanto o jornalismo quanto o cinema possuem de conferir significado àquilo que contam provém da capacidade narrativa que ambas as formas possuem. Jornalista e cineasta podem ser vistos como um *bricoleur* (CORNU, 1999, p.366-367; TURNER, 1997, p.129) que busca arrumar o material que tem à mão da melhor maneira possível. Dessa forma, atribuem significação à realidade, e por meio da verossimilhança, re-significam-na.

No que diz respeito ao jornalismo, esse processo se configura através do exercício de mediação da realidade que lhe é característico, e que, por sua vez, como defende Karam, (2004, p.245) lhe permite refletir e projetar o mundo. Para que os significados sejam compreendidos pelo público, o jornalismo precisa utilizar estratégias discursivas, não perceptíveis ao leitor “ingênuo”, para elaborar um discurso aparentemente veraz, que, embora verossímil, “não garante absolutamente a veracidade dos fatos” (ALSINA, 2009, p.290-291).

Assim, também o cinema, ao refletir a realidade, por meio de um discurso verossímil, atribui valores de verdade às fictícias histórias que conta e aos personagens que cria. As subjetividades criadas pelos filmes projetam uma realidade re-significada com a qual o público se identifica. A projeção cinematográfica permite que espectador se comporte como um espião, que espreita pelo “buraco da fechadura”, e, ao mesmo tempo, se reconheça refletido no “espelho” que é a tela (MACHADO, 2007, p.53).

Lippmann (2008, p.85) presume que nossas ações são influenciadas por imagens que produzimos ou nos são transmitidas. Para ele, “pegamos o que a nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura”. Nesse sentido, podemos destacar a importância que as imagens criadas tanto pelo cinema quanto pelo jornalismo assumem diante da complexidade que é vivenciar e compreender a realidade.

A maneira como as notícias apresentam os protagonistas dos fatos tende a aproximá-los dos estereótipos, fazendo com que elas se

tornem exemplos daquilo sobre o que já há consenso (LAGE, 2001, p.150). Recorrer a estereótipos representa a possibilidade de se comunicar mais facilmente com o público, além de se apresentar como uma técnica utilizada para dizer mais em menos espaço (SITARAM; COGDELL *apud* ALSINA, 2009, p.280).

O cinema, por sua vez, se constitui como uma referência promotora de hábitos de consumo, que se vale “dos repertórios e convenções representacionais disponíveis na cultura a fim de fazer algo diferente, mas familiar, novo, mas genérico, individual, mas representativo” (TURNER, 1997, p.129). O processo de significação específico do cinema faz com que suas narrativas, ao utilizar o que é disponibilizado pela cultura, criem ou reforcem estereótipos que pela força da imagem cinematográfica se cristalizam na sociedade.

Nesse sentido, Lippmann (2008, p.93) diz que frente às outras formas,

[...] os protótipos adquiridos através da ficção tendem a ser impostos à realidade. Portanto, pode haver pouca dúvida de que os filmes estão construindo firmemente imagens que então são evocadas pelas palavras que as pessoas lêem nos jornais. Na experiência plena da raça não há auxílio à visualização comparável ao do cinema.

É tomando como base, portanto, a abordagem sobre os estereótipos feita por Walter Lippmann, na sua clássica obra *Opinião Pública* (1922), que faremos, ao longo deste capítulo, uma análise dos estereótipos apresentados pelo cinema de Hollywood para o profissional do jornalismo. O nosso objetivo é demonstrar, recorrendo também a outros autores, que essas concepções vão além da dualidade herói e vilão, e podem ser avaliadas a partir uma perspectiva mais ampla, que leva em consideração a representação cinematográfica da vocação jornalística e as relações que os personagens estabelecem com a profissão.

5.1 Os sistemas de estereótipos

Lippmann (2008, p.91) coloca que existem dois fatores que nos levam a recorrer aos estereótipos. O primeiro deles é o que ele denomina de “economia de esforços”. A agitação característica da vida moderna não permite que as pessoas tenham tempo para conhecer melhor os fatos e aqueles com quem convivem. Por isso, torna-se mais fácil observar “um traço que marca um tipo muito conhecido” e preencher o restante da imagem “com os estereótipos que carregamos em nossas cabeças”.

O autor entende que os estereótipos são tão necessários, que renunciá-los em sua totalidade, tornaria pobre a vivência humana, mas ressalta que somos conscientes da utilização dos estereótipos e, por isso, é importante observar as suas características e também o grau de credibilidade que lhes conferimos ao utilizá-los. Nesse sentido, reforça que a credibilidade à significação atribuída por um estereótipo pode ganhar uma dimensão muito intensa, uma vez que

[...] as mais sutis e difundidas de todas as influências são aquelas que criam e mantêm o repertório de estereótipos. Conta-nos sobre o mundo antes de nós o vemos. Imaginamos a maior parte das coisas antes de as experimentarmos. E estas pré-concepções, a menos que a educação tenha nos tornado mais agudamente conscientes, governam profundamente todo o processo de percepção. Eles marcam certos objetos como familiar ou estranho, enfatizando a diferença, de forma que o levemente familiar é visto como muito familiar, e o de alguma forma estranho como profundamente alienígena (LIPPMANN, 2008, p.92).

O segundo motivo apresentado por Lippmann (2008, p.96) para justificar a nossa freqüente recorrência aos estereótipos é o fato de que “os sistemas de estereótipos podem ser os cernes da nossa tradição pessoal, as defesas de nossa posição na sociedade”. A imagem do mundo criada por esses sistemas contribui para uma vivência mais tranqüila já que as pessoas se sentem mais seguras em poder atribuir significado ao universo com o qual convivem.

Alsina (2009, p.274) afirma que os estereótipos, assim como os preconceitos, integram o “nosso universo referencial”, e nos permitem criar o nosso próprio sentido. Por vezes, são utilizados com uma forma de minimizar a “complexidade da realidade”, e também como instrumento para atribuir sentido àquelas realidades sobre as quais se têm pouco conhecimento, fazendo com que as pessoas sintam-se mais tranquilas diante de determinadas circunstâncias⁵⁷. O autor ressalta, ainda, que a palavra estereótipo deriva de estereotipia, um processo de impressão que reproduz o material a partir de um molde e, que ao utilizarmos esse modelo, aplicamos “um conceito a uma circunstância, a uma determinada realidade, partindo de um molde pré-configurado, sem levar muito em conta se está se tratando do molde certo ou não, para a interpretação de tal fenômeno”.

Nesse sentido, Lippmann (2008, p.97) enfatiza que os padrões de estereótipos não são neutros, mas carregam consigo uma série de sentimentos, e se configuram como

[...] a garantia de nosso auto-respeito, a projeção sobre o mundo de nosso sentido, de nosso próprio valor, nossa própria posição e nossos próprios direitos. São a fortaleza de nossa tradição, e atrás de nossas defesas podemos continuar a sentir-nos seguros na posição que ocupamos.

O estereótipo é visto, portanto, como uma forma de percepção que imputa determinados valores e características às formações do sentido antes que se possa ter uma avaliação inteligente sobre as informações recebidas. Dessa forma, construímos um mundo estereotipado com o qual nos relacionamos, e, embora ele não seja, de fato, como gostaríamos, se apresenta como esperávamos. O importante é que os acontecimentos se adequem a ele, para que possamos continuar nos sentindo parte desse mundo e acompanhando o seu movimento. “Consequentemente, o estereótipo não só poupa tempo numa vida ocupada e é uma defesa de nossa posição na sociedade, mas tende a

⁵⁷ Alsina (Ibidem, p.275) coloca que tanto os preconceitos quanto os estereótipos podem ser usados para se referir a “diferentes realidades”, mas ressalta que os estereótipos dizem respeito, mais especificamente, às “realidades humanas”. Lippmann (2008, p.150), por sua vez, afirma que “o mais profundo de todos os estereótipos é o estereótipo humano que imputa a natureza humana a coisas inanimadas ou coletivas”.

preservar-nos de todo efeito desconcertante de tentar ver firmemente o mundo e vê-lo completamente” (LIPPMANN, 2008, p.111).

5.2 Cinema e Estereótipos

“Pelos quase infinitas figuras que uma forma pode assumir... Com nossa desatenção e insensibilidade, as coisas mal poderiam representar e descrever algo que poderíamos lembrar no futuro não fosse pelas formas estereotipadas que a arte lhes empresta”. Esta frase de Berenson (*apud* Lippmann, p.86) atesta o poder que a arte tem de eternizar aquilo que cria, descreve ou representa sob diversas faces.

Dentre as formas artísticas, podemos destacar o cinema pela sua capacidade de manter vivas na memória aquilo que se faz presente em suas narrativas. O processo de projeção-identificação, que lhe é característico, faz com que o espectador associe o que está colocado na tela às suas próprias concepções, que podem passar, a partir de então, a serem também associadas às novas imagens assistidas.

Com relação ao cinema, Lippmann (2008, p.93) destaca que as descrições por meio de palavras ou imagens estáticas, como a fotografia, exigem um exercício de compreensão que busca na memória recursos para fazer com que a imagem descrita passe a existir na mente. O cinema, no entanto, dispensa esse esforço porque, “todo o processo de observar, descrever, reportar e, então, imaginar” já está pronto, e tudo o que o espectador precisa fazer é estar atento, porque tudo aquilo que deseja a sua imaginação é apresentado na tela.

Por isso, o poder de persuasão do cinema é único e é exercido sutilmente, pois a estrutura da narrativa cinematográfica envolve o espectador num universo mágico, não lhe permitindo uma percepção imediata daquilo que se coloca subjacente à história narrada. Isso faz com que, num filme, embora o sentido denotativo de tudo o que está posto na tela não seja ignorado, “a significação conotada supera a significação denotada” (METZ, 1972, p.132). O sentido que atribuímos aos personagens e ao contexto da história é, frequentemente, portanto, aquele que o cineasta deseja, pois a narrativa fílmica é cuidadosamente montada para nos sugerir, habilmente, determinadas concepções. E se, como diz Lippmann (2008, p.89), para aquele que observa com atenção, uma sutil conexão entre os fatos é suficiente, podemos dizer, então, que o espectador costuma interpretar o filme a partir das sugestões que se

colocam por meio da montagem. Essa capacidade significativa faz do cinema um poderoso meio de criação e difusão de estereótipos.

De acordo com o autor, as pessoas mais desatentas, que não estão habituadas a uma percepção mais elaborada da realidade circundante, costumam associar fatos que acontecem ao mesmo tempo, ou idéias que surgem conjuntamente. Essa atitude não leva em conta a influência dos estereótipos. No seu entender, quando se tem um sistema de estereótipo consolidado, costuma-se dar atenção àqueles fatos que se adequam a ele e rejeitar aqueles que não lhe apóiam. Isso acontece porque os estereótipos trazem consigo preferências e estão intimamente relacionados com sentimentos. Por isso, o cinema, por meio de suas associações, contribui para reforçar esse sistema, evocando formas já estereotipadas pela sociedade e, sobretudo, criando novos estereótipos.

5.3 O jornalista na tela do cinema

Gay Talese (2000, 13-14, grifos do autor) começa a obra *O Reino e o Poder* fazendo uma breve incursão pelo universo do jornalista:

Em sua maioria, os jornalistas são incansáveis *voyeurs* que vêem os defeitos do mundo, as imperfeições das pessoas e dos lugares [...] a tristeza é seu jogo, o espetáculo, sua paixão, a normalidade sua nêtese. [...] Os jornalistas viajam em bandos, a tensão à flor da pele, e mal podem adivinhar em que medida essa presença tem o poder de desencadear um incidente, acender as pessoas. As entrevistas coletivas, com suas câmeras e microfones, se tornaram de tal forma parte integrante dos acontecimentos de nosso tempo em que ninguém sabe mais se são as pessoas que fazem as notícias ou vice versa. [...] Uma notícia não publicada não causa impacto. Poderia muito bem não ter acontecido. Assim, o jornalista é um aliado importante da ambição, é o acendedor de lampiões das estrelas. [...] tem acesso a telefones que não constam da lista e a muitos estilos de vida. [...] Às vezes, o jornalista pode supor erroneamente que é seu charme, e não sua utilidade, que rende esses privilégios;

mas, em sua maioria, são homens realistas que não se deixam enganar pelo jogo. Eles o usam tanto quanto são usados. Ainda assim, são seres inquietos. Seu trabalho, publicado instantaneamente, é quase instantaneamente esquecido e o tempo todo eles precisam procurar algo novo, conservar o nome nas páginas dos jornais para não ser esquecidos, devem suprir o apetite insaciável dos jornais e das redes de televisão, a ânsia comercial por novos rostos, modas, modismos, rixas; não devem se preocupar quando as notícias parecem acontecer *porque* eles estão lá, nem devem pensar na possibilidade de que tudo que testemunharam e escreveram ao longo de suas vidas pode um dia ocupar apenas umas poucas linhas nos livros de texto do século XXI. [...] E assim, a cada dia, sem pensar na história, mas apenas no *instante*, jornalistas de todas as crenças e qualidades registram de seu modo peculiar as notícias do mundo como eles a vêem, ouvem e crêem compreender.

Todos esses traços e outros tantos que são inerentes à complexidade do universo que envolve o profissional da notícia foram transpostos para a tela pelo cinema hollywoodiano do século XX. Como já dito anteriormente, frente a outras profissões e atividades, o jornalismo desfruta de um lugar privilegiado no cinema, com uma extensa produção de filmes que trazem o jornalista como personagem principal dos enredos, contribuindo para destacar ainda mais a sua figura na sociedade.

Embora o cinema se dedique tão continuamente a representar o jornalista e a profissão, os *newspaper movies* não podem ser vistos como um simples reflexo da realidade dos jornais, tampouco uma reprodução autêntica do profissional. Assim como outros personagens clássicos de Hollywood, como o gângster e o detetive, o jornalista normalmente aparece apenas como um personagem que habita o universo da ficção. Para Senra (1997, p.46), “o jornalista no cinema reduziu-se quase sempre a esta simplificação do estereótipo, comparecendo no filme apenas como detentor de uma função, cujo desempenho era capaz de propiciar o desenvolvimento da trama nos moldes hollywoodianos”.

Ghiglione (1990, p.99, tradução nossa) enfatiza que a ficção, de modo geral, não produz um retrato adequado do jornalista, ressaltando que nem as verdades da ficção nem as das obras não ficcionais podem ser tidas inteiramente como verdades. “Assim como o jornalismo e outras formas não ficcionais distorcem a realidade, criam estereótipos, e perpetuam mitos, a ficção também produz verdades parciais”, e, por isso, os mitos criados pela ficção não falam sobre o jornalista, mas sobre os jornalistas.

Matthew Ehrlich (2006, p.6) diz que os repórteres dos filmes hollywoodianos são espelhados no mundo real dos jornalistas, por isso, as histórias apresentam profissionais como porta-vozes dos eventos de domínio público, que defendem o direito que sociedade tem de saber, mas também trazem, regularmente, “maus jornalistas”, numa representação da oposição de valores culturais.

Diferente do trabalho produzido por Ghiglione, no qual destaca nove mitos criados pela ficção⁵⁸, inclusive o cinema, para o profissional norte-americano, e daquele apresentado por Balzac (2004) em *Os Jornalistas*, no qual classifica os jornalistas parisienses, não vamos proceder a análise a partir das funções que desempenham os jornalistas, mas tomar dimensões mais amplas, que caracterizam os profissionais apresentados nos filmes. Assim, iniciaremos o percurso pela vocação jornalística, passando em seguida a falar sobre a representação do jornalista, enquanto personagem.

5.3.1 A vocação jornalística

Park (1970, p.185) afirma que o surgimento do repórter pode ser considerado um dos fatos mais relevantes da “civilização norte-americana”. O cinema dedicado ao jornalismo reconhece essa importância e confere destaque a esse profissional, tornando-o símbolo da produção noticiosa. Os jornalistas são sempre vistos no desempenho cotidiano das suas atividades profissionais, na redação ou no local dos acontecimentos.

Optar pelo jornalismo traz consigo uma necessidade peculiar de dedicação e envolvimento, porque a profissão vai além de uma simples

⁵⁸ O autor destaca nove categorias e procede a análise dos mitos criados para cada uma delas, que são: repórter; editor; editor de pequenos jornais; a jornalista; jornalista sensacionalista, jornalista de tv; proprietário; correspondente de guerra; jornaleiro.

atividade profissional. “Ela gera um *estilo de vida* e uma *visão de mundo* específicas” (TRAVANCAS, 2001, p.11). O cinema se atentou para essas particularidades e apresenta o jornalista como detentor de uma intensa vocação.

Foi a primeira versão cinematográfica da peça *The Front Page*, dirigida por Lewis Milestone, em 1931, que marcou a caracterização da personagem jornalista no cinema hollywoodiano. Como destaca Senra, “era a primeira vez que o jornalista se tornava personagem porque era jornalista, ou melhor, em que a construção dramática da personagem coincidia com a definição da vocação⁵⁹” (1997, p.57).

A versão de Billy Wilder, na opinião de Sánchez Noriega (1997, p.121), tem um tom sarcástico e oferece uma caricatura mais acentuada do jornalista e da sua vocação. O filme apresenta o editor Walter Burns como um homem antipático que não se importa com a veracidade dos fatos, mas sim com a configuração mais espetacular que ele possa ter. Burns dedica sua vida ao *Chicago Examiner*, dorme na redação, vive a base de antiácidos e não tem família.

Ao saber que o seu melhor repórter, Hildy Johnson, pretende deixar o jornal para se casar, ele diz:

Burns – Casar? Pra quê? Você já foi casado.

Johnson – E que casamento! Nem comecei a lua de mel, pois você me fez descer do trem para cobrir um assassinato.

Burns – Por isso, é um repórter de primeira. Está no lugar certo, na hora certa.

Johnson – Mas nunca em casa. Nem no Natal nem no nosso aniversário.

Quando ela estava doente, no hospital e quase morreu, eu estava cobrindo aquele maldito julgamento. Não vai acontecer de novo, Walter. Não dessa vez.

Essa imagem que associa a vocação do jornalista à dedicação exclusiva à profissão, é reforçada pelo conselho que Burns dá à noiva de Johnson:

Burns – Case-se com um cozeiro, um carteador ou com um batedor de carteiras, mas nunca com um jornalista.

Perry – É por isso que fiz com que ele se demitisse.

Burns – Não vai conseguir mudá-lo, será como um peixe fora d’água.

Perry – Nós vamos tentar.

Burns – É só um aviso. É meu presente de casamento para vocês.

⁵⁹ O texto teatral tem ainda mais três versões cinematográficas: *His Girl Friday* (*Jejum de Amor*), 1940, de Howard Hawks; *The Front Page* (*A Primeira Página*), 1974, de Billy Wilder; e *Switching Channels* (*Trocando de Canais*), 1988, de Ted Kotcheff, além de várias adaptações televisivas (SENRA, 1997, p.58).

E também pelo próprio repórter que, ao se despedir dos colegas que se encontram na sala de imprensa, diz:

Johnson – Jornalistas. Um bando de intrometidos, com caspa nos ombros e buracos nas calças. Espiam por fechaduras, acordam pessoas no meio da noite para perguntar o que pensam sobre Aimee Simple. Roubam fotos de velhas cujas filhas foram estupradas. Para quê? Para que um milhão de compradores se divirtam. No outro dia, alguém embrulha peixe com a primeira página. [...] Não quero terminar como vocês numa mesa de redação. De cabelo branco, corcunda, meio cego, pedindo cigarros aos office boys.

Esse confronto entre a vida pessoal e a vida profissional é o grande marco da representação da vocação jornalística. Entendida como algo inato àquele que abraça a carreira, ela não permite conciliação com uma vida familiar, que do mesmo modo também exige dedicação, e porque não dizer, vocação. Por isso, Kane diz à sua esposa, quando reclama a sua presença, que *casar-se com um jornalista é pior que casar-se com um marinheiro*.

Senra (1997, p.61) enfatiza que a imagem consagrada do jornalista revela que, embora sejam “ignorantes, grosseiros e cínicos”, como os jornalistas de *A Primeira Página*, eles são “ativos e arrojados e dizem amar o seu trabalho, nele encontrando um prazer que a vida familiar não parece oferecer”.

Essa imagem da vocação associada a uma vida solitária marca as narrativas desde aquelas que contextualizam o jornalismo do século XIX. Dutton Peabody não tem família e dorme nos fundos da redação do jornal; Kane, que também chega a dormir nas dependências do *Inquirer*, casa-se duas vezes, mas morre solitário, assim como Leland que termina seus dias num asilo. Quando não aparecem desgarrados, como Tatum, Falco e Brackett, por exemplo, os jornalistas se defrontam com conflituosas relações familiares ou amorosas. Peter perde a primeira chance de se casar com Ellen porque volta para escrever a matéria e Diana, que fala de trabalho até durante um encontro amoroso, prova que não consegue manter um relacionamento estável nem mesmo com um jornalista.

É interessante perceber que a figura feminina, muitas vezes utilizada para demonstrar o contraponto da vida familiar, quando assume a vocação também ganha o mesmo estigma. Por isso, Annie não tem namorado e Megan vive sozinha em seu apartamento. Claire, por

sua vez, abre espaço para o amor, mas curiosamente, são dois jornalistas que disputam esse lugar.

Lowell Bergman oferece um diferencial dessa imagem. Embora casado pela segunda vez, ele possui um relacionamento estável. O *casamento moderno*, como ele denomina, inclui um filho de cada cônjuge e reflete o companheirismo da esposa que, como ele, já se encontra ao telefone, resolvendo pendências de trabalho, logo no início da manhã. O fato de *O informante* ser baseado em uma história real sinaliza que ao jornalista do fim do século XX é permitido conciliar as vocações profissional e familiar⁶⁰.

De acordo com Moretzsohn (2007, p.146-147), a vocação jornalística já chegou a ser vista como um “sacerdócio”; e a profissão, classificada pelo Vaticano como sagrada. A autora ressalta ainda que essa mística a acerca da profissão permanece recorrente no discurso dos jornalistas que afirmam possuir uma “paixão insaciável” pelo jornalismo, transformando o que fazem na sua “razão de viver”.

Essa paixão tão intensa está associada também ao que Gabriel García Márquez chama de “orgasmo do furo” (1996 *apud* MORETZSOHN, 2007, p.147). O jornalista não tem tempo para a família porque vive, o tempo todo, correndo atrás da notícia. A aura da profissão não permite que o profissional se desligue da atividade, pois a qualquer momento algo noticiável pode acontecer. Por isso, a vocação está associada ao que se convencionou chamar de 'faro jornalístico', que, se constitui em mais um elemento que reforça essa imagem criada para a profissão, uma vez que é visto como um ‘dom’ possuído apenas por aqueles que nasceram para ser jornalistas. Em *Fúria*, o funcionário do posto de gasolina, ao perceber que os jornalistas estão se dirigindo para a cidade de Strand, exclama: *Esse pessoal do jornal sabe de tudo antes mesmo de acontecer!*

O cinema privilegia essa associação porque sempre apresenta o jornalista à procura de um furo ou ‘farejando’ uma notícia inédita. Depois de ser demitido, Peter Warren descobre que está viajando no mesmo ônibus que Ellen Andrews, a filha do milionário que está desaparecida. Imediatamente telegrafa ao seu ex-editor:

Estou rindo a toa. O furo do ano acaba de cair no meu colo. Sei onde está Ellen Andrews. Estou certo de que você gostaria de ter essa matéria.

⁶⁰ Em *Rede de Intrigas*, o jornalista Max Shumacher também mantém um casamento sólido, até se apaixonar por Diana.

E essa representação fez com que se associasse à vocação jornalística o desrespeito pelos personagens das notícias, assim como pelos colegas. *A Primeira Página*, *A Montanha dos Sete Abutres* e *O Quarto Poder* são bem ilustrativos nesse sentido. Nada é mais importante que o domínio sobre a exclusividade do fato, nem o companheirismo profissional, nem a vida ou a saúde daqueles que estão envolvidos na história.

Isso contribuiu para que se criasse o estereótipo do jornalista como vilão. Travancas (2001, p.2) destaca que “o vilão é representado pelo profissional que não mede esforços para conseguir seus objetivos e dar um ‘furo’ de reportagem”, um repórter sem caráter, que não “hesita em colocar a sua carreira na frente de tudo e de todos”. E ressalta que, nessa busca pelo ‘furo’, também tem lugar a imagem do jornalista como herói, aquele que acredita que sua vocação profissional é, antes de tudo, uma missão: “o herói identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia e o bem comum”.

Dentre os personagens analisados, o que melhor representa esse estereótipo de heroísmo é Bergman, que luta pelo direito de divulgação das informações, pelo exercício livre da profissão e também pela defesa da integridade de sua fonte. De acordo com Moretzsohn (2007, p.210), esses jornalistas são “uma exceção, assumindo-se como porta-vozes do público (na melhor tradição do ‘quarto poder’), à contracorrente do sistema: seriam os típicos heróis solitários do individualismo americano, representando exaustivamente no cinema de Hollywood”.

Essa dualidade – herói e vilão, bom e mau – está intrinsecamente relacionado com os sistemas de estereótipos. De acordo com Lippmann (2008, p.145), os fatores que intervêm no percurso de acesso à informação resultam na “fabricação do sistema de todo o mal, e de outro tipo que é o sistema de todo o bem”.

Nesse contexto, o cinema, com toda a sua capacidade de criação e persuasão, contribuiu imensamente para reforçar esses sistemas, e atribuir concepções estereotipadas ao exercício do jornalismo. A associação de determinadas características e atitudes a determinados personagens sugere, automaticamente, a sua classificação em bom ou mau, herói ou vilão. Isso porque, na narrativa cinematográfica, segundo Munstenberg (1983, p.43-44), “as sugestões, assim como as reminiscências e as fantasias, são controladas pelo jogo de associações”. O autor explica que o fascínio exercido pelo cinema faz com que a platéia se encontre “em estado de elevada sugestionabilidade e pronta para acolher sugestões”, sendo que a “sugestão fundamental” é aquela

que diz à mente do espectador que diante dele não se encontra uma simples dramatização, mas sim a própria vida sendo presenciada.

5.3.2 As marcas do personagem

A sutileza da narrativa cinematográfica pode, portanto, evocar na mente do espectador particularidades de comportamentos e emoções. Como reconhece Lippmann (2008, p.31), “a cinematografia enfatiza, com frequência, com grande habilidade este duplo drama do motivo interior e do comportamento exterior”. A experiência do cinema, na qual adentramos à narrativa, estabelecendo com ela um jogo identificação, representa na opinião de Paiva (2007, p.12), uma “simbiose total, em que camada após camada de significação filmica vai mexendo com as nossas sensações, afetos e emoções”.

Por isso, a compreensão do jornalista enquanto personagem do cinema hollywoodiano do século XX perpassa pela análise da representação que esse cinema faz deste profissional, em suas mais diversas nuances.

O cinema contribuiu para tornar clássica a imagem do jornalista como um homem, vestido despojadamente, vivendo uma situação de risco ou a tensão característica de quem busca incessantemente as notícias. Como destaca Berger (2002a, p.31), essa imagem de um profissional desleixado está associada “a um estilo de vida” que “reforça a idéia da profissão para independentes, solitários e destemidos”.

Mas o estereótipo do jornalista não se restringe apenas à imagem física. O cinema destaca, sobretudo, as atitudes dos personagens no exercício de sua profissão, bem como os seus objetivos enquanto profissional da notícia.

O jornalista do século XIX é, geralmente, personificado na figura do editor responsável por todo o processo de produção, desde a apuração à impressão, que era visto como porta-voz do interesse público e participava da política partidária (GHIGLIONE, 1990, p.109). Peabody corresponde a essa clássica representação. Coloca-se como *confessor* da população, afirmando que *constrói e destrói os políticos*, e que tudo aquilo que *é notícia*, ele *põe no jornal*. O editor é caracterizado como um homem importante para a comunidade porque *sabe ler, escrever e tem um jornal*, mas *quando bebe, fala tanto que nem um índio de madeira agüenta!*

A bebida, assim como o cigarro, faz parte do universo do jornalista, um profissional que vive sob tensão e estresse constantes. No cinema, esses elementos caracterizaram as personagens por muito tempo. A bebida aparece em menor escala, e, geralmente associada a um conflito ético, como o enfrentado por Tatum, frente à iminente morte de Leo Minosa, por causa dos seus planos de sucesso; e o de Connel, quando descobre o verdadeiro objetivo de D.B. Norton e se dá conta que contribui para tanto criando e manipulando toda a história de John Doe; ou pessoal, como o ‘porre’ que tomam os jornalistas Beale e Schumacher, depois do comunicado de demissão do apresentador.

Já o cigarro acabou por se tornar uma espécie de ‘marca registrada’ dos jornalistas, tendo a fumaça e o odor se tornado característicos das redações por muito tempo. Desde o período contextualizado pelo *O Homem que Matou o Facinora* à década de 1980, representada em *Ausência de Malícia*, vamos ver o cigarro como companheiro dos jornalistas. O aspecto de limpeza associado ao profissional da TV, apontado por Berger (2002a, p.31), pode, por sua vez, ser relacionado ao pequeno índice de repórteres fumantes no ambiente televisivo retratado pelos filmes.

A relação com a política ganha outra dimensão nos filmes que contextualizam o século XX. Se Kane utilizava o jornalismo com o objetivo de ascensão política, Burns e Hildy, depois de serem presos pelo xerife, utilizam ‘o poder da imprensa’ para conseguir que o prefeito ordene a sua libertação, já que, casualmente, descobriram que ele não cumprira a determinação do governador de suspender a execução de Willians; e JJ Hunsecker sente-se no direito de fazer determinações ao senador. Em ambos os casos, a relação entre os jornalistas e os políticos é colocada sob a perspectiva de ‘amizade’.

O estereótipo de falta de profissionalismo consolidado pelo cinema ainda hoje é utilizado para definir os jornalistas, o que segundo Ghiglione (1990, p.101-104) pode ser considerado como uma herança da representação que a peça de Ben Hecht e McArthur fizeram do profissional. O autor ressalta que a ficção também abriu espaço para caracterizar o repórter como espião, aventureiro e, sobretudo, detetive amador. Ao unir o perfil de repórter e detetive em uma única figura, a ficção consolidou o mito do profissional que, em nome de valores altamente morais, pode violar a lei para alcançar um ideal.

O compromisso com a revelação de fatos ainda desconhecidos ou com a contextualização daqueles parcialmente revelados é um dos fatores que move o jornalista a desempenhar o papel de investigador. Castañares (1995 *apud* ALSINA, 2009, p.267), numa avaliação

distintiva entre o trabalho do jornalista e o do cientista social, compara a atividade dos profissionais da notícia ao de detetives, como Sherlock Holmes, uma vez que eles

[...] não só precisam partir de alguma hipótese e serem guiados por essa intuição que, tanto nos meios jornalísticos quanto nos policiaiscos, denomina-se ‘faro’, mas também terão de construir histórias nas quais os fatos estarão ligados por elos circunstanciais. Para que sua história seja verossímil, deverá possuir essa coerência narrativa tão característica das histórias policiaiscas: precisa estar construída nas bases da meticulosa observação dos fatos que posteriormente serão interpretados à luz dos códigos enciclopédicos, e que, às vezes, não são tão freqüentes, mas que estão muito bem alicerçados. Em resumo, o método deles, há de se parecer mais com o de Holmes do que com o de um cientista.

O cinema de Hollywood reforça esse estereótipo, destacando personagens que se envolvem com a apuração dos fatos à moda dos detetives que, muitas vezes, recorrem a um disfarce para proceder a uma investigação. Johnny Barret é um exemplo desse modelo de profissional, que está disposto a enfrentar qualquer desafio para *ter a história nas mãos*. Mas o repórter de *Paixões que Alucinam* se envolveu de tal forma com a possibilidade de desvendar o assassinato, e com o retorno profissional que isso poderia lhe trazer, que não mediu as conseqüências do seu ato.

Chiglione (1990, p.106, tradução nossa) destaca ainda que essa imagem do repórter oscila entre herói e vilão, porque, algumas vezes, eles mentem para descobrir a verdade, como Johnny, mas muitas vezes, eles “mentem para mentir”. Nesse sentido, podemos destacar a postura de Annie Mitchel, para quem a criação de um fato é algo altamente rentável. Quando D.B. Norton lhe pergunta se *o que deseja é fazer uma carreira jornalística*, ela contesta: *Não. Quero dinheiro!*

5.3.3 A personagem feminina

Annie Mitchel corresponde ao estereótipo criado pelos filmes americanos da ‘boa moça má’, que é uma moça boa, que parece má, e que, quando não aparenta promiscuidade, tem algum tipo de relação com um homem mau, e sempre consegue seduzir o herói pela aparência da maldade (WOLFENSTEIN; LEITES, 1957, p.345). De acordo com Ghiglione (1990, p.121-125), como a ficção perpetuou o estereótipo de que jornalismo é profissão para homens, ela só abriu espaço para personagens femininas com personalidade forte. A partir da década de 1930, embora o trabalho de uma jornalista se restringisse, normalmente, a matérias de “sociedade”, os filmes mostravam essas profissionais realizando um trabalho bem mais amplo. As películas dos anos 1940, no entanto, passaram a destacar como “traços femininos” mais relevantes para as repórteres a beleza, a dependência (em relação a uma figura masculina) e a irracionalidade, além de enfatizar o seu poder de sedução, que muitas vezes se disfarçava em amizade, como no caso da relação entre Annie e John Doe.

O autor destaca, ainda, que a representação contemporânea da jornalista, apesar de apresentá-la como uma mulher firme e talentosa, confere-lhe o estigma de que sempre terá um relacionamento amoroso com o editor ou uma fonte, com o objetivo de alcançar o sucesso. Ele cita um estudo feito por Joan Mellen, que identificou que os filmes produzidos entre os anos 1960 e início de 1970 apresentam imagens negativas das jornalistas, e diz que, em sua opinião, Megan Carte confirma esse resultado porque representa uma repórter idealista e desorientada.

As atitudes de Megan podem ser ilustradas pelo axioma de Balzac (2004, p.164) que diz que “para o jornalista, tudo o que é provável é verdadeiro”. A ausência de uma investigação mais cuidadosa e a confiança plena nas fontes oficiais leva a jornalista a prestar contas, à justiça e à sociedade, pelas desastrosas conseqüências de seus textos. No entanto, o filme deixa claro que, embora lhe falte malícia, a maldade não é o seu objetivo.

O cinema hollywoodiano do século XX contribuiu para reforçar a sugestão, “presente em toda a ficção”, de que “o melhor lugar para uma mulher não está na redação” (GHIGLIONE, 1990, p.127, tradução nossa). A opção de Claire de partilhar com Russell a omissão da morte do líder guerrilheiro Rafael também é um reflexo desse estereótipo do jornalismo como uma profissão eminentemente masculina. O filme fortalece, ainda, a imagem da jornalista sempre atrelada à figura do

homem, já que Claire é coadjuvante de Russell em, praticamente, toda a narrativa.

5.3.4 Os requisitos de ação e coragem

Nesse sentido, é importante lembrar a virilidade atribuída ao cinema americano que, como enfatiza Kehl (1997, p.111), se constitui como “o império da ação, antes mesmo de ser o império da imagem”, no qual a figura masculina é definida pela sua capacidade de agir. O jornalista, enquanto personagem, ganha as marcas de aventureiro e corajoso quando sua ação se realiza em meio a conflitos bélicos.

A imagem do correspondente de guerra está associada ao estereótipo de progresso cunhado pela sociedade americana. Lippmann (2008, p.106) destaca que “para a carreira de conquistador do mundo uma idéia precisa corresponder, ainda que de forma imperfeita, a algo”. Por isso, o jornalista que vai para um campo de batalha deve atender aos atributos requerentes a um herói, que se impõe um grande sacrifício para conseguir uma história ou foto inédita e relevante.

Russell se sensibiliza com a causa dos guerrilheiros, se questiona quanto ao seu papel em meio ao conflito, e justifica a sua atitude de fazer uma foto forjada alegando *ter visto mortos demais*. O seu drama e a sua atitude não atendem ao estereótipo do correspondente de guerra americano. De acordo com Ghiglione (1990, p.144), Hollywood não estimula a produção de filmes nos quais o jornalista lamenta a crueldade e a devastação da guerra, pois a imagem favorita desse cinema é a do correspondente que, ao invés de rejeitar a guerra, se alegra com a destruição do inimigo.

5.4 As faces do espetáculo

A constante representação, pelos *newspaper movies*, de jornalistas que colocam seus interesses pessoais acima do compromisso profissional contribuiu para disseminar a idéia de que as pessoas não devem confiar nos jornais. Lippmann (2008, p.91-99) coloca que, mesmo sem expressarmos claramente, somos conscientes de que toda classificação implica em um objetivo com o qual nem sempre concordamos.

Esse estereótipo do jornalista mau caráter sempre incomodou aos profissionais que se dedicam ao jornalismo. Um exemplo é *A Montanha dos Sete Abutres*, que foi amplamente criticado pela imprensa. Segundo Ghiglione (1990, p.134), o New York Times atacou o filme, classificando-o como uma odiosa distorção dos propósitos do jornalismo⁶¹. A insatisfação da imprensa, todavia, não impediu Hollywood de continuar produzindo filmes que reforcem essa imagem, mas, segundo o autor, a abordagem contemporânea sugere que o sensacionalismo tornou-se um problema mais complexo, que tem como vilões as instituições jornalísticas, jornais, revistas, estações de rádio e redes de televisão.

Um filme extremante ilustrativo, nesse sentido, é *Rede de Intrigas*. A narrativa nos apresenta a história de Howard Beale, apresentador do noticiário de TV da Rede UBS, que no auge da carreira mantinha um índice de audiência de 28%. Considerado o *patriarca dos noticiaristas*, Beale foi, no decorrer dos anos, perdendo o seu carisma e a sua audiência que, em 1975 chegou a 12%, ocasionando o anúncio da sua demissão.

Viúvo e sem filhos, o jornalista perdeu a alegria de viver e passou a abusar da bebida, o que contribui para que os telespectadores já não lhe rendessem tanta atenção. A notícia de que seria demitido deixa-o profundamente abalado, e ele decide anunciar que cometerá suicídio, ao vivo, durante o telejornal.

Beale – Senhoras e Senhores, quero anunciar que deixarei esse programa daqui a duas semanas, devido à baixa audiência. E sendo tudo o que me restava, decidi suicidar-me. Estourarei os miolos neste programa daqui a uma semana.

Beale é retirado imediatamente do ar, mas a sua atitude faz com que a emissora receba centenas de reclamações por uso de linguagem imprópria e que dezenas de repórteres se aglomerem em frente ao prédio.

Em consideração aos 11 anos de trabalho na USB, o presidente da Divisão Jornalística, Max Schumacher, permite que Beale peça

⁶¹ Ghiglione (1990, p.133-134) afirma que Wilder, que já havia trabalhado como repórter policial, declarou que, no dia em que leu os comentários sobre o filme, estava no Wilshire Boulevard quando, de repente, uma pessoa foi atropelada por um carro em frente ao local. Um cinegrafista veio e filmou a cena. Ele, então, lhe pediu auxílio para socorrer a vítima, que estava muito machucada, e o repórter respondeu que não podia auxiliá-lo porque precisava levar as imagens e, simplesmente, desligou a câmera e saiu.

desculpas aos telespectadores ainda como apresentador do telejornal. O jornalista aproveita a oportunidade e faz um discurso sobre o tédio da vida, causando nova polêmica, e atraindo, mais uma vez, os repórteres, que conseguem entrevistá-lo ‘ao vivo’. O acontecimento vira notícia em grandes jornais, chamando a atenção da nova Diretora de Programação, Diana Christensen, que convence Frank Hackett, o novo presidente da USB, a manter Beale no ar.

Diana – Viu os índices de ontem do jornal? Em Nova York e Los Angeles, audiência de 27%. Ontem à noite, Beale gritou tolices durante dois minutos. O programa de hoje pode alcançar um índice de 30%. Estamos com sorte.

Hackett – Sugere que deixemos aquele lunático gritar tolices?

Diana – Sim, ponha-o no ar esta noite e mantenha-o. Viu o News, O Time? Temos publicidade que não comprariamos por 1 milhão. Esse programa idiota subiu cinco pontos em uma noite. A audiência subirá em 20 ou 30 milhões de pessoas, hoje! Talvez jamais algo assim volte a cair em seu colo! Ele disse o que todo americano sente: fastio de toda essa tolice! Ele articula a ira popular! Quero esse programa. Posso fazer dele, o maior sucesso da TV!

Hackett – Mas é um jornal. Não é o seu departamento.

Diana – Vejo Beale como um profeta, um messias contra as hipocrisias de hoje. [...] Falo de um minuto de 130 mil dólares! Quer calcular a renda? Um só programa podia tirar toda a Rede do buraco! Não percamos essa oportunidade.

Hackett – Deixe-me pensar.

O Presidente da Rede, Nelson Chaney, reage à proposta de fazer do noticiário de Beale um *jornal pornográfico*, porque isso violaria *todos os cânones de uma transmissão decente*. Mas Hackett defende sua proposta alegando que *são membros de uma rede bordel que topa tudo o que aparece*. Diana, por sua vez, enxerga a televisão como *espetáculo, inclusive o noticiário*, e enfatiza que não se deve pensar em *altos padrões de jornalismo*, mas sim em *audiência*.

O estereótipo do jornalista que não tem compromisso com a profissão ganha novos contornos com a contextualização do universo televisivo. É preciso manter a audiência e para tanto, qualquer informação noticiosa deve se transformar em entretenimento, assim como qualquer programa de entretenimento deve conter traços noticiosos (GABLER, 1999, p.58-81). Por isso, Brackett transforma o sequestro no museu em um grande show de entretenimento e Bergmann classifica o *60 Minutes* como *entretenimento informativo*.

É seguindo essa lógica que Diana transforma o jornal de Beale em um grande espetáculo, que atinge *42 % da audiência, um índice*

superior ao de todos os jornais em cadeia juntos. Esse novo formato corresponde ao processo denominado por Sánchez Noriega (1997, p.106, tradução nossa, grifo do autor) de desnaturalização do jornalismo, que tem como uma das principais características a transformação de respeitados jornalistas em homens de espetáculo. “Tudo isso pode ser chamado de *intrusismo profesional* que leva à colonização do jornalismo tradicional por técnicas publicitárias ou de relações públicas e práticas de espetacularização que predominam em alguns colocando à margem a comunicação informativa”.

E nesse novo modelo, não há espaço para os jornalistas que levam a sério a profissão, por isso Max Shumacher é demitido depois de contestar a decisão de manter Beale no ar, pois acredita que ele não está psicologicamente bem. Da mesma forma, não há lugar para baixos índices de audiência. Após denunciar os interesses da CCA – Companhia de Comunicações da América (grupo que controla a USB) e de outras grandes corporações associadas, a USB decide deter o poder que delegaram a Beale. Psicologicamente abalado e acreditando ser, de fato, um profeta, ele é facilmente influenciado pelo presidente da CCA, Arthur Jansen, a mudar o seu discurso. Isso acarreta uma perda significativa em sua popularidade, que, alterando a audiência, afeta os lucros da rede de televisão.

Mas os dirigentes da USB e da CCA não entram em acordo sobre a retirada de Beale do programa, e a única alternativa viável para não aumentar os prejuízos é matá-lo.

Hackett – Tem alguma idéia sobre isso, Diana?

Diana – O que me dizem de um assassinato? Posso conseguir que os Mao Tse Tung o matem como um de seus shows. Seria um estouro para a nova temporada. Temos forte concorrência nas noites de quarta-feira e A Hora de Mao Tse Tung poderia usar como abertura. Poderia ser feito no estúdio. Teríamos uma fantástica platéia para o assassinato.

Como tudo na televisão é espetáculo, o assassinato de Beale acontece diante das câmeras e, imediatamente, se torna notícia.

Conhecido por milhões como o Profeta das Ondas, foi morto essa noite, com um rifle automático, quando começava a transmissão. Isso ocorreu na frente de milhões de espectadores. A autoria é do Exército Ecumênico da Libertação. Dois deles foram presos. O líder do grupo Grande Ahmed Kahn, escapou.

Vemos a transmissão da notícia sumindo, aos poucos, dos televisores, numa representação da volatibilidade inerente a tudo que faz

parte da televisão, na qual *sucesso e fracasso se determinam a cada semana*.

Beale se transformou num ícone porque conseguiu preencher uma lacuna existente no universo dos telespectadores que, como ele, sentiam tédio em relação à vida contemporânea. Ao incitá-los a ir até à janela e gritar: *Estou louco da vida e não agüento mais isso!*, ele desperta no público um sentimento de coragem. O grito de protesto se tornou o jargão de abertura do seu programa *A Hora do Jornal*, do qual também faziam parte outros segmentos: *Sibila, a adivinha; Jim Webbing e sua Verdade Verdadeira; Marta Hari e seus Segredos de Alcova; Novo Segmento de Vox Populi*.

Mas, numa sociedade que não admite a derrota, o *Profeta Louco* só poderia existir enquanto representasse algo que valesse a pena.

De acordo com Lippmann (2008, p.106), a “versão americana do progresso enquadrou um extraordinário leque de fatos na situação econômica e na natureza humana”, e mesmo sendo uma maneira “parcial e inadequada de representar o mundo”, acabou por se tornar um estereótipo. O filme de Sidney Lumet é uma representação desse modelo, no qual a vitória é o mais importante.

Do ponto de vista jornalístico, a película apresenta o estereótipo do jornalista de televisão, que é visto como celebridade, e o perfil do profissional que valoriza o espetáculo em detrimento da informação de qualidade. Diana reforça a imagem, criada pela ficção, de que, em se tratando de televisão, a integridade não é o mais importante (GHIGLIONE, 1990, p.154). Mas o papel do vilão não se restringe a ela, incluindo também aqueles que ocupam as diretorias da USB e da CCA.

O estereótipo do poder da televisão, enquanto veículo de entretenimento e porta-voz da verdade, também é reforçado pela narrativa. Beale, num dos seus discursos coloca:

Edward George Ruddy morreu hoje. Ele era o presidente da Rede UBS e morreu do coração, às 11 horas! E aí de nós! Estamos enrascados! Um homenzinho rico, de cabelos brancos, morreu. Que isso tem a ver com o preço do arroz? E por que ‘aí de nós’? Porque vocês e mais 62 milhões de americanos me ouvem agora! Porque menos de 3% de vocês lêem livros. Porque menos de 15% de vocês lêem jornais!

A única verdade que conhecem vem desse tubo. Agora, há uma geração que só conhece o que sai desse tubo. Esse tubo é a Bíblia, a verdadeira revelação. E pode fazer ou destruir presidentes, papas. O mais terrível poder em todo o mundo ateu! E aí de nós se ele cair em mãos erradas. E aí de nós porque Ruddy morreu! Agora, essa rede é da Companhia de Comunicações da América! Há

um novo presidente da diretoria! Um homem chamado Hackett, no lugar do senhor Ruddy. E quando a 12ª maior empresa do mundo controla a pior força de propaganda desse mundo, quem sabe que porcaria virá como verdade nessa rede! Escutem! A televisão não é a verdade! É um maldito parque de diversões. É um circo, uma trupe ambulante de acrobatas, contadores de histórias, bailarinas, cantores, domadores de leão e jogadores de futebol. Nosso negocio é matar o tédio. Se quiserem a verdade, dirijam-se a Deus! Procurem seu guru... procurem a si próprios! Porque só assim encontrarão alguma verdade real! Jamais conseguirão verdade alguma de nós. Nós lhes daremos tudo que quiserem ouvir. Nós mentimos! Diremos que Kojak sempre pega o assassino, e ninguém pega câncer na casa do A. Bunker. E sejam quais forem os apuros do herói, sosseguem, no fim ele vencerá! Diremos a vocês toda porcaria que quiserem ouvir. Vendemos ilusões. Nenhuma é verdade. Mas vocês ficam sentados aí, dia após dia, todas as idades, cores e credos. Nós somos tudo o que vocês sabem. Crêem nas ilusões que criamos aqui, que o tubo é a realidade e a vida é irreal! Fazem tudo que o tubo manda. Vestem e comem como o tubo, educam-se pelo tubo, até pensam como o tubo! Isso é loucura em massa, seus maníacos! Vocês são a realidade! Nós somos as ilusões! Desliguem seus televisores e deixem-nos desligados! Desliguem-nos no meio da frase que estou dizendo agora! Desliguem!

Entretanto, desligar o televisor não resolve. Como destaca Lippmann (2008, p.84), “um relato é o produto conjunto do conhecedor e do conhecido, no qual o papel do observador é sempre seletivo e usualmente criativo. Os fatos que vemos dependem de onde estamos posicionados e dos hábitos de nossos olhos”. Mas a significação que atribuímos às informações que recebemos depende, essencialmente, do nível de persuasão de quem transmite. E nesse sentido, a televisão, assim como o cinema, contribui imensamente para a consolidação do nosso repertório de estereótipos.

5.5 Nem herói, nem vilão. Simplesmente, jornalista

Das películas que assistimos, inferimos configurações de significado. A perspectiva daquele que filma e constrói a narrativa induz o espectador a apreender o objeto filmado (PUDOVIKIN, 1983, p.67), a partir de determinadas concepções colocadas na construção dos personagens e do contexto da história. A imagem cinematográfica fascina porque o seu estatuto de representação apresenta as coisas de maneira realista, e por isso requer, de quem a contempla, não apenas o

testemunho da assistência, mas a intensa invocação do que é representado por meio das recordações, que, inconscientemente, se fundem com a imagem apresentada na tela.

Essas características inerentes à experiência do cinema influenciam diretamente na compreensão da mensagem fílmica, e por isso, entender o papel representado pelos estereótipos na configuração do jornalista, enquanto personagem do cinema americano, é extremamente relevante.

Alsina (2009, p.278) coloca que os estereótipos podem representar um obstáculo a uma compreensão mais adequada de certas realidades. Lippmann (2008, p.88), por sua vez, destaca que as versões padronizadas e aceitas “interceptam a informação em seu caminho à consciência”. Sendo assim, podemos dizer que os estereótipos construídos pela cinematografia hollywoodiana do século XX interferem na compreensão do papel do jornalista e do sentido da sua atividade.

Os sistemas de estereótipos fazem com que definamos antecipadamente uma coisa para depois vê-la de fato (LIPPMANN, 2008, p.85). Por isso, a imagem consagrada do jornalista está associada a um homem, que trabalha sob forte tensão na busca incessante pelo ‘furo’. Não lhe sobra tempo para dedicar-se a uma família, tampouco para cuidar da aparência. Diante das situações que enfrenta, opta por se portar como herói ou vilão.

Uma assistência individualizada aos filmes leva o espectador a perceber o jornalista como um vilão, para quem as pessoas são apenas *manchetes*⁶², e que a manipulação dos fatos é o caminho mais fácil para alcançar ou recuperar o prestígio. Com alguma raridade, o espectador pode ser levado a ver o jornalista como um profissional que se dedica à procura de informações relevantes para a sociedade, que luta para defender esse direito, e muitas vezes se arrisca para conseguir revelar a verdade ou mostrar uma determinada situação.

A assistência sistematizada a películas que representam o percurso evolutivo do jornalismo e do papel do jornalista ao longo do século passado nos leva a desmistificar essa dualidade. O jornalista do cinema de Hollywood não deve ser visto nem como herói, nem como vilão. Ele é apenas um jornalista, que vivencia, de diferentes maneiras, o dia-a-dia da profissão; que tem ambições desmedidas, mas que também tem medos, desejos e angústias, além de dúvidas quanto ao seu desempenho profissional e quanto ao seu papel no jornalismo e perante a sociedade.

⁶² Em *Aconteceu Naquela Noite*, Peter diz a Ellen: *Você pra mim é só uma manchete!*

Na opinião de Vieira (1991, p.12), a ficção não mostra “que por mais honesto e ético que seja o profissional da mídia, ele é tão humano quanto o leitor que também lê com olhos diferentes aquilo que lhe agrada e aquilo que lhe fere”. A imagem mística do jornalista não permite, num primeiro momento, percebê-lo como um profissional que, como qualquer outro, possui suas fragilidades humanas e está susceptível a erros e acertos.

As subjetividades da narrativa cinematográfica não são facilmente perceptíveis, já que as conexões narrativas induzem o espectador a ver as coisas sob determinados ângulos. Lippmann (2008, p.90) explica que “numa observação casual, pegamos sinais reconhecíveis do ambiente. Os sinais estão no lugar das idéias, e estas idéias preencherão nosso repertório de imagens”. Por isso, ao assistirmos um *newspaper movies*, certamente não vemos Megan, Russell ou Kane; vemos, sim, um jornalista.

Embora os mitos criados pela ficção não retratem verdadeiramente o jornalista, eles são aceitos pela sociedade. Nesse sentido, Lippmann (2008, p.118) afirma que, no que diz respeito ao mito, “a verdade e o erro, o fato e a fábula, o relato e a fantasia, estão todos no mesmo plano de credibilidade”, e reforça que o mito não possui “o poder crítico de separar suas verdades de seus erros”. Por isso, a representação estereotipada do jornalista, muitas vezes, não permite que se separe o que pertence ao universo da ficção cinematográfica dos traços que marcam o profissional e o cotidiano da profissão.

Uma vez que o padrão de estereótipos tem uma influência direta sobre o que veremos e como nós o veremos, é preciso estimular o desenvolvimento de um olhar mais cuidadoso sobre os filmes, já que criar, reproduzir e consolidar estereótipos é algo inerente ao cinema, sobretudo o hollywoodiano.

O privilégio de que goza o jornalista frente a outros profissionais no que tange à sua representação enquanto personagem cinematográfica influencia a escolha de muitos que optam por enveredar pelas sendas do jornalismo (TRAVANCAS, 2001, p.2). No entanto, a visão estereotipada que geralmente lhe é conferida contribui para a consolidação de uma imagem negativa, que descredibiliza o profissional e a profissão junto à sociedade.

O estímulo causado por palavras, impressas ou faladas, assim como por imagens estáticas ou em movimentos, evoca, automaticamente, estereótipos já consolidados em nossa mente. Por isso, costumamos ver o profissional tal qual ele se apresenta no cinema. Sendo assim, talvez possamos retomar Carrière (1995, p.219), quando

coloca que sobre a “névoa da palavra’, que oculta a verdadeira realidade”, “o século XX acrescentou a persistente bruma de imagens”, para desejar que o público, de alguma maneira, perceba o que há, de fato, sob a máscara ilusória do cinema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final dessa trajetória, é possível retomar o seu ponto de partida: um olhar sobre a interface entre o jornalismo e o cinema. Um exercício que exigiu uma aproximação ao olhar que cada uma dessas vertentes debruça sobre a realidade.

Filmes e notícias são recortes, narrativas que re-significam a realidade. Representam o encontro de uma instância com um acontecimento eleito para ser narrado. É sobre esse recorte re-significado que se debruça o nosso olhar. Como espectadores e também como leitores, aceitamos e valorizamos o olhar mediador do cinema e do jornalismo. Cientes de que já não temos o privilégio da escolha primária sobre o que deve ser noticiado ou filmado, resta-nos a escolha daquilo que escolheram para nos oferecer.

O cinema propicia a fruição de um olhar prazeroso, que, por ser contemplativo, não nos obriga a uma análise ou intervenção. O jornalismo nos invoca a um olhar sobre um mundo feito notícia, que nos incita a atuar nessa realidade apresentada.

A representação do jornalismo no cinema nos convida, portanto, à pesquisa, avaliação e análise das significações oriundas dessa interface. Jornalistas e cineastas são contadores de histórias que se dispõem a nos dizer que assim são as coisas e assim eles nos as contam. E, dessa forma, o visível e o invisível não se fazem facilmente perceptíveis em cada uma dessas narrativas. Desvelar e encobrir, eis o duplo operado pela verossimilhança em ambas as formas de narrar.

Se o filme e a notícia podem ser vistos como a organização de um acontecimento sob um determinado ângulo, a sua leitura e interpretação pressupõem, igualmente, um ponto de vista. O convite a uma participação afetiva (cinema) e efetiva (jornalismo) é percebido a partir de concepções pré-estabelecidas pela própria vivência em sociedade.

Dissertar sobre a interface entre o jornalismo e o cinema nos exigiu uma observação desses aspectos, para que fosse possível analisar a representação cinematográfica que o cinema de Hollywood fez da profissão e do profissional, ao longo do século XX, com base em fundamentos teóricos do jornalismo.

Através da análise dos filmes, percebemos que o cinema esteve atento às mudanças conceituais e tecnológicas pelas quais passou o jornalismo, transmutando-as para os enredos, que, em alguns momentos,

dão lugar a um resgate de fatos e contextos que marcaram essa trajetória.

A constante produção de filmes dedicados à profissão demonstra a importância que o jornalismo adquiriu junto à sociedade. E vai mais além ao revelar as transformações do papel do jornalista no exercício de mediação da realidade.

Personagem central dos enredos, o profissional da notícia é visto como a figura representativa do jornalismo, cuja atividade demarca as questões centrais das narrativas. São essas questões que revelam a importância de uma análise dos *newspaper movies* sob a luz de aportes teóricos desse campo do conhecimento. Buscamos mostrar, ao longo do trabalho, a relevância de uma análise baseada em fundamentos do jornalismo, uma vez que a representação que o cinema faz da profissão e do profissional expõe, ao público, questões inerentes à complexidade do processo de produção da notícia.

Essa exposição, no entanto, traz consigo concepções estigmatizadas que encontram reforço no poder de persuasão da narrativa cinematográfica. As subjetividades presentes no contexto das histórias não são facilmente captadas pelo espectador, assim como uma análise fílmica desprovida da contextualização teórica não permite uma compreensão mais adequada da colocação do jornalismo na sociedade, tampouco da significação do seu papel no exercício de mediação da realidade e de construção de um presente social de referência.

Os estigmas também influenciam a compreensão do jornalista e da sua função, conduzindo, na maioria das vezes, a uma leitura pautada apenas na crítica das atitudes condenáveis, do ponto de vista ético e moral, das personagens. Uma análise criteriosa dessas atitudes revela, na verdade, os conflitos profissionais e pessoais com os quais se depara o profissional no cotidiano do jornalismo, e uma avaliação que não recorra aos pressupostos que norteiam a ética da profissão pode colaborar para reforçar essa visão estigmatizada.

A recorrência sistemática a autores referenciais, ao longo de todo o texto, teve, portanto, o intuito de demonstrar que tanto os filmes podem ser utilizados para ilustrar questões teóricas, como os pressupostos teóricos podem contribuir para a análise do conteúdo de filmes que abordam o universo do jornalismo.

Pensar a representação do jornalismo no cinema é pensar a imagem que a sociedade tem dessa instituição e perceber como esse intercâmbio de concepções (o olhar do jornalismo sobre a sociedade e o olhar da sociedade sobre o jornalismo) se concretiza nas narrativas cinematográficas. Pensar essa interface é perceber a importância da

presença das narrativas jornalística e cinematográfica na sociedade, enquanto discursos estruturantes da realidade. Olhares que se pautam na impressão, na ilusão e na representação para conduzir olhares individuais e coletivos sobre essa mesma realidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ÁLVAREZ, Santiago. La noticia a través del cine. In: RAMIÓ, Joaquim Romaguera; THEVENT, Homero Alsina (Editores). **Fuentes e Documentos del Cine**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980. pp.164-165.

ARAÚJO, Luís C. Eblac de Araújo. **Jornalismo Investigativo: dos muckrakers aos anos pós-Watergate**. III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR. Florianópolis, 2005. www.sbpjor.ufsc.br. Acesso em julho de 2009.

AUMONT, Jacques. O filme como representação visual e sonora. In: _____ e outros. **A Estética do Filme**. Campinas: Papirus, 1995. pp.19-50.

AYRES, Melina de la Barrera; KHOURI, Macelle. **A Vida através da Tela: a realidade através do telejornal e do documentário**. Colóquio Internacional Televisão e Realidade. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. UFBA, 2008. Disponível em: www.tvrealidade.ufba.br.

BALZAC, Honaré de. **Os Jornalistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

_____. **Ilusões Perdidas**. Porto Alegre: L&PM, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BAUER, Martin W. Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Petrópolis: Vozes, 2002. pp.189-217.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e Prática do Jornalismo**. São Paulo: Ominia, 2006.

_____. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1992.

BERGER, Christa (Org.). **O Jornalismo no Cinema**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002a.

_____ Do Jornalismo: Toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002b. pp.273-284.

BERMESOLO, Francisco. **El Origen del Periodismo Amarillo**. Madrid: Ediciones Rialp, 1962.

BERTETTO, Paolo. **Cine, Fábrica e Vanguardia**. Barcelona: Gustavo Gili, 1977.

BIRD, S. Elizabeth e DARDENNE, Robert W. Mito, Registro e 'Estórias': Explorando as qualidades narrativas da notícia. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'**. Lisboa: Vega, 1993. pp.263-277.

BOGDANOVICH, Peter. **Este é Orson Welles**. São Paulo: Globo, 1995.

BOND, Fraser F. **Introdução ao Jornalismo**. São Paulo: Agir, 1962.

BORDWELL, David; STAIGER, Janet; THOMPSON, Kristin. **El Cine Clásico de Hollywood** - Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960. Barcelona: Paidós, 1997.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **El Arte Cinematográfico**. Barcelona: Paidós, 1995.

BRASIL, Giba Assis. A arte de usar cinto e suspensório. In: BERGER, Christa (Org.). **O Jornalismo no Cinema**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

CAPPO, Joe. **O Futuro da Propaganda**. São Paulo: Cultrix, 2007.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A Linguagem Secreta do Cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

CARRILLO, José Maria López; POMBO, José Maria Peredo. Estados Unidos en su historia y en su cine. In: COMPANY, Arnai; PONS, Jordi; SERRA, Sebastià (Orgs.). **La Comunicació Audiovisual en la Història**. Aportaciones de la comunicació a la comprensió i construcció de la història del segle XX. Volume I. Palma: Universitat de les Illes Balears, 2003. pp.757-770.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais**. Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 2003.

CONTRERAS, Santiago de Pablo. El periodismo de los nuevos medios: el cine, el *magazine* y la radio. In: MOMPART, José L. Gómez; OTTO, Enric Marin (editores). **História del Periodismo Universal**. Madrid: Síntesis, 1999. pp.185-211.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade**. Para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

_____. **Ética da Informação**. Bauru: Edusc, 1998.

COSTA, Antônio. **Compreender o Cinema**. São Paulo: Globo, 1989.

DUARTE, Rosália. **Cinema e Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

EBERT, Roger. **A Magia do Cinema**. Os cem melhores filmes de todos os tempos analisados pelo único crítico ganhador do Prêmio Pulitzer. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

EMERY, Edwin. **História da Imprensa nos Estados Unidos** – Uma interpretação da história do jornalismo. Rio de Janeiro, Livradora: 1965.

EHRlich, Matthew C. **Facts, Truth and Bad Journalists in the Movies**. <http://jou.sagepub.com>. Acesso em setembro de 2007.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio Teixeira de. **Métodos e Técnicas da Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. pp.280-304.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente**. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristovam: Editora UFS; Aracaju, Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FURHAMMAR, Leif; ISAKSSON, Folke. **Cinema e Política**. São Paulo: Paz e Terra, 1976.

GABLER, Neal. **Vida, o Filme**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

_____. In: AMARAL, Márcia Franz (org.). **Olhares sobre o Jornalismo**. A contribuição de Adelmo Genro Filho. Santa Maria: FACOS, 2007.

GHIGLIONE, Loren. **The American Journalist: Paradox of the Press**. Washington: Library of Congress / American Society of Newspaper Editors, 1990.

GOMES DE MATTOS, A.C. **Do Cinetoscópio ao Cinema Digital**. Breve história do cinema americano. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____. **Publique-se a lenda: a história do Western**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del Periodismo: cómo se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991.

GONZALEZ, Gloria García. La conformación de la moderna prensa informativa (1848-1914). In: MOMPART, José L. Gómez; OTTO, Enric Marin (editores). **História del Periodismo Universal**. Madrid: Síntesis, 1999. pp. 49-99.

GONZALEZ, Francisca Bermejo. Soñar el cine. Sobre la esencia cultural del cine. In: COMPANYY, Arnai; PONS, Jordi; SERRA, Sebastià (Orgs.). **La Comunicació Audiovisual em la Història**. Aportaciones de la comunicació a la comprensió iconstrucció de la

història del segle XX. Volume I. Palma, Universitat de les Illes Belers, 2003. pp.509-526.

KARAM, Francisco José. **A Ética Jornalística e o Interesse Público**. São Paulo: Summus, 2004.

_____. **Jornalismo, Ética e Liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KATZ, Elihu. Os Acontecimentos Mediáticos: O sentido de ocasião. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'**. Lisboa: Vega, 1993. pp.52-60.

KELH, Rita Maria. Cinema e Imaginário. In: XAVIER, Ismail. **O Cinema no Século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. pp.107-141.

KNIGHT, Arthur. **Uma História Panorâmica do Cinema**. A mais viva das artes. São Paulo: Lidador, 1970.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodologia de Analisis de Contenido**. Teoria e prática. Barcelona: Paidós, 1997.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica do Texto Jornalístico**. São Paulo: Editora Campus, 2005.

_____. **Ideologia e Técnica da notícia**. Florianópolis: Insular/Editora da UFSC, 2001.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. A Natureza da Notícia. In: STEINBERG, Charles (Org). **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo, Cultrix, 1970. pp.185-198.

MACHADO, Arlindo. **O Sujeito na Tela**. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

- MANNONI, Laurent. **A Grande Arte da Luz e da Sombra:** Arqueologia do cinema. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Unesp, 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos Cães Perdidos.** São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- MARTIN, Marcel. **A Linguagem Cinematográfica.** São Paulo: Brasiliense, 2003.
- MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo.** Da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus, 2008.
- MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação:** Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.
- MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo.** Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MERTEN, Luiz Carlos. **Cinema:** Entre a realidade e o artifício. Porto Alegre: Artes e Ofício, 2003.
- METZ, Christian. **A Significação no Cinema.** São Paulo: Perspectiva, 1977.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.); ROMEU GOMES, Suely Ferreira Deslandes. **Pesquisa Social.** Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MOMPART, Josep L. Gómez; OTTO, Eric Marin. La irrupción de la información televisiva y la influencia del periodismo singular. In: _____ (Editores). **História del Periodismo Universal.** Madrid: Síntesis, 1999a. pp. 213-247.
- _____. De los nuevos reporteros al periodismo digital. In: _____ (Editores). **História del Periodismo Universal.** Madrid: Síntesis, 1999b. pp.249-263.

- MORETZSOHN, Sílvia. **Pensando Contra os Fatos**. Jornalismo e Cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- MORIN, Edgar. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- MOSCARIELLO, Ângelo. **Como Ver um Filme**. Lisboa: Presença, 1995.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da Notícia: As relações entre o real e simbólico. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. pp.305-319.
- MUNSTERBERG, Hugo. A memória e a imaginação. In: XAVIER, Ismail. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983. pp.36-45.
- NOGUEIRA, Lisandro. **Cinema e Jornalismo**. O jornalista no cinema brasileiro. Tese de Doutorado, Faculdade de Ciências Sociais da PUC de São Paulo: São Paulo, 2003.
- NOVÓA, Jorge. Costa Gavras: política, história e cinema. In: **O Olho da História**. Salvador, ano 11, nº 7, abril de 2005.
- PAIVA, Cláudio Cardoso. Os jornalistas, a televisão e outras mídias no cinema: um estudo de ética e representação na arte cinematográfica. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 32, abril de 2007.
- PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, Charles (Org). **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo: Cultrix, 1970. pp.168-185.
- PINTO, Manuel. Fotes Jornalísticas. Contributos para o mapeamento do campo. In: **Comunicação e Sociedade 2**. Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Volume 14 (1-2), 2000. pp.277-294.
- PUDOVIKIN, V. Os métodos do cinema. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983. pp.66-70.
- REES, Laurence. **Vende-se Política**. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis. **Diccionario Temático del Cine**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2004.

_____. **Crítica de la Seducción Midiática**. Madrid: Editorial Tecnos, 1997.

SENRA, Stella. **O Último Jornalista**: imagens de cinema. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

_____. Cinema e Jornalismo. XAVIER, Ismail. **O Cinema no Século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. pp.87-105.

SKLAR, Robert. **História Social do Cinema Americano**. São Paulo: Cultrix, 1975.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: _____ (org.). **Jornalismo**: História, Teoria e Metodologia – perspectivas lusa-brasileira. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008, pp.12-93.

SHUDSON, Michael. A Política da Forma Narrativa: A emergência de conveções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo**: Questões, Teorias e ‘Estórias’. Lisboa: Vega, 1993

_____. A Sociologia da Produção de Notícias Revisitada. in CURRAN, James e GUREVITCH, Michael (eds). **Mass Media and Society**. New York: Edward Arnold, 1992. pp.141-159.

_____. **Discovering the News**. A Social History of American Newspaper. New York: Basic Books, 1978.

TALESE, Gay. **O Reino e o Poder**. Uma história do New York Times. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005a.

_____. **Teorias do Jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005b.

TRAVANCAS, Isabel. **O Jornalista como Personagem de Cinema.** Ensaio. 13f. (Núcleo de Jornalismo – Intercom 2001) – Universidade Federal do Rio de Janeiro e Faculdade Estácio de Sá, 2001.

TUCHMAN, Gaye. Contando ‘Estórias’. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: Questões, Teorias e ‘Estórias’.** Lisboa: Vega, 1993. pp.252-262.

TURNER, Graeme. **Cinema como Prática Social.** São Paulo: Summus, 1997.

VANOYE, Francis e Goliot-Lété, Anne. **Ensaio sobre a Análise Fílmica.** Campinas: Papyrus, 1994.

VEILLON, Oliver-René. **O Cinema Americano dos Anos Trinta.** Tradução Maria Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

VERNET, Marc. Cinema e Narração. In: AUMONT, Jacques e outros. **A Estética do Filme.** Campinas: Papyrus, 1995.

VIANNA, Antônio Moniz. **Um Filme por Dia:** crítica de choque (1946-73). Organização Ruy Castro. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent.** São super-heróis os jornalistas? São Paulo: Summus, 1991.

VILCHES, Lorenzo. **La Lectura de la Imagen** – prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 1984.

VIZEU, Alfredo. **O Lado Oculto do Telejornalismo.** Florianópolis: Calandra, 2005.

XAVIER, Ismail. **O Olhar e a Cena** – Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naif, 2003.

WAINBERG, Jacques. **Império das Palavras.** Porto Alegre: Edipurcs, 2003.

WOLFESNSTEIN, Marta; LEITES, Nathan. A Boa Moça Má. In: BERNARD, Rosemberg e WHITE, David Manning. **Cultura de Massas**. As artes populares nos Estados Unidos. São Paulo: Cultix, 1957. pp.344-358.

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

ACONTECEU NAQUELA NOITE (It Happened on Night). Frank Capra. Columbia Pictures. EUA. 1934. DVD.

ADORÁVEL VAGABUNDO (Meet John Doe). Frank Capra. Warner Bros. EUA. 1941. DVD.

AUSÊNCIA DE MALÍCIA (Absense of Malice). Sydney Pollack. Columbia Pictures. EUA. 1981. DVD

CIDADÃO KANE (Citizen Kane) Orson Welles. RKO Radio Pictures. EUA. 1941. DVD.

EMBRIAGUEZ DO SUCESSO (The Sweet Smell of Sucess). Alexander Mackendrick. MGM. EUA. 1957. DVD.

HOMEM QUE MATOU O FACÍNORA, O (The Man Who Shot Liberty Valance). John Ford. Paramount Pictures. EUA. 1962. DVD.

FÚRIA (Fury). Fritz Lang. Warner Home Video Portugal. EUA. 1936. DVD

INFORMANTE, O (The Insider). Michael Mann. Buena Vista Pictures. EUA. 1999. DVD.

MONTANHA DOS SETE ABUTRES, A (The Big Carnival). Billy Wilder. Paramunt Pictures. EUA. 1951. Fita VHS

PAIXÕES QUE ALUCINAM (Shot Corridor). Samuel Fuller. Paramount Pictures. EUA. 1963. DVD.

PRIMEIRA PÁGINA, A (The Front Page). Billy Wilder. Universal Pictures. EUA.1974. DVD.

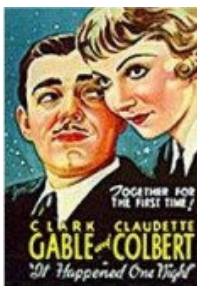
QUARTO PODER, O (Mad City). Costa-Gravas. Warner Bros. EUA. 1997. DVD

REDE DE INTRIGAS (Network). Sidney Lumet. MGM. EUA.1976. Fita VHS.

SOB FOGO CERRADO (Under Fire). Roger Spottiswoode. MGM. EUA. 1983.DVD.

ANEXOS

ACONTECEU NAQUELA NOITE



O filme é uma interessante comédia social, que traz Clarke Gable no papel de Peter Warren, um repórter que ao encontrar a jovem Ellen Andrews (Claudette Colbert) fugindo do pai para se casar, percebe que a história pode lhe render uma matéria exclusiva e decide acompanhá-la. O jornalismo pontua a narrativa por meio da divulgação das notícias sobre o desenrolar e o desfecho da aventura da garota rica e rebelde, e dos interessantes diálogos do editor Joe Gordon (Charles C. Wilson) com os repórteres do jornal.

Aconteceu Naquela Noite foi o primeiro filme a receber cinco Oscars: Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Ator (Clark Gable), Melhor Atriz (Claudette Colbert) e Melhor Roteiro Adaptado.

Ficha Técnica

Título Original: *It Happened One Night*

Gênero: Comédia Romântica

Tempo de Duração: 100 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1934

Estúdio: Columbia Pictures

Corporation

Distribuição: Columbia Pictures

Direção: Frank Capra

Roteiro: Robert Riskin, baseado em estória de Samuel Hopkins Adams

Produção: Frank Capra e Harry Cohn

Música: Howard Jackson e Louis Silvers

Fotografia: Joseph Walker

Direção de Arte: Stephen Goosson

Figurino: Robert Kalloch

Edição: Gene Havlick

Elenco

Clark Gable (Peter Warren)

Claudette Colbert (Ellie Andrews)

Walter Connolly (Alexander Andrews)

Roscoe Karns (Oscar Shapeley)

Jameson Thomas (King Westley)

Alan Hale (Danker)

Arthur Hoyt (Zeke)

Blanche Frederici (Esposa de Zeke)

Charles C. Wilson (Joe Gordon)

FÚRIA



Joe Wilson é preso injustamente, suspeito do rapto de uma criança, e a população tenta linchá-lo pondo fogo na cadeia. Ele sobrevive e articula um plano para levar à prisão aqueles que tentaram matá-lo. A imprensa é uma presença constante durante todo o processo de julgamento, sobretudo quando as imagens de um cinejornal se tornam a prova incontestável do crime.

Ficha Técnica

Título Original: Fury

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 100 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1936

Direção: Fritz Lang

Distribuição: Warner Home Video
Portugal

Elenco

Spencer Tracy (Joe Wilson)

Sylvia Sydney (Katherine)

Edward Ellis

Walter Abel

Bruce Cabot

Walter Brennan

Morgan Wallace

Frank Albertson

George Walcott

Arthur Stone

ADORÁVEL VAGABUNDO



A ambiciosa jornalista Ann Mitchel (Barbara Stanwick) que, na tentativa de salvar o seu emprego junto à nova direção do *New Bulletin*, adota o pseudônimo *John Doe* e escreve uma carta sobre as injustiças sociais, anunciando que seu último grito de protesto se dará na noite de Natal, quando pulará do prédio da Prefeitura. Para não serem acusados pelo jornal concorrente, o *Chronicle*, de farsantes, ela e o editor Henry Connel (James Gleason) decidem contratar o ex-jogador de beisebol Long John Willoughby (Gary Coper) para se passar por *John Doe*. A farsa toma grandes proporções devido à grande influência dos jornais e das rádios, e aos interesses do proprietário do *New Bulletin*, D.B Norton (Edward Arnold), e o filme se torna também uma crítica aos interesses escusos da imprensa.

Ficha Técnica

Título Original: Meet John Doe
 Gênero: Drama
 Tempo de Duração: 123 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1941
 Estúdio: Frank Capra Productions
 Distribuição: Warner Bros. / International Entertainment Enterprises
 Direção: Frank Capra
 Roteiro: Robert Riskin, baseado em estória de Richard Connell e Robert Presnell Sr.
 Produção: Frank Capra
 Música: Dimitri Tiomkin
 Fotografia: George Barnes
 Direção de Arte: Stephen Goosson

Figurino: Natalie Visart

Edição: Daniel Mandell

Elenco

Gary Cooper (John Doe / Long John Willoughby)
 Barbara Stanwyck (Ann Mitchell)
 Edward Arnold (D.B. Norton)
 Walter Brennan (Coronel)
 Spring Byington (Sra. Mitchell)
 James Gleason (Henry Connell)
 Gene Lockhart (Ted Sheldon)
 Irving Bacon (Beany)
 Regis Toomey (Bert Hansen)
 J. Farrell MacDonald (Sourpuss Smithers)
 Harry Holman (Prefeito Hawkins)

CIDADÃO KANE



Dirigido e estrelado por Orson Welles, o filme conta a história de um magnata da imprensa dos Estados Unidos, chamado Charles Foster Kane. Assumidamente inspirado na vida de William Randolph Hearst, ícone da imprensa amarela americana, a obra, considerada clássica, é ilustrativa do poder e das contradições da imprensa sensacionalista. A trama se desenvolve a partir da investigação de um repórter cinematográfico com o objetivo de descobrir o significado da última palavra pronunciada por Kane: *Rosebud* (Botão de Rosa).

Ficha Técnica

Título Original: Citizen Kane
 Gênero: Drama
 Tempo de Duração: 119 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1941
 Estúdio: Mercury Productions / RKO Radio Pictures Inc.
 Distribuição: RKO Radio Pictures Inc.
 Direção: Orson Welles
 Roteiro: Herman J. Mankiewicz e Orson Welles
 Produção: Orson Welles
 Música: Bernard Herrmann
 Direção de Fotografia: Gregg Toland
 Direção de Arte: Perry Ferguson e Van Nest Polglase
 Figurino: Edward Stevenson
 Edição: Robert Wise

Elenco

Orson Welles (Charles Foster Kane)
 Joseph Cotten (Jedediah Leland)
 Dorothy Comingore (Susan Alexander)
 Agnes Moorehead (Srta. Mary Kane)
 Ruth Warrick (Emily Norton Kane)
 Ray Collins (James "Jim" W. Gettys)
 Erskine Sanford (Herbert Carter)
 Everett Sloane (Bernstein)
 William Alland (Jerry Thompson)
 Paul Stewart (Raymond)
 George Coulouris (Walter Parks Thatcher)

A MONTANHA DOS SETE ABUTRES



Considerado um clássico, o filme mostra como o jornalista ambicioso e decadente, Charles Tatum (Kirk Douglas) manipula os fatos com objetivo de recuperar sua imagem. Ao descobrir que um homem está preso em uma mina, ele decide transformar o acontecimento em assunto nacional, atrasando o resgate para prolongar o “circo”. A falta de ética do jornalista acaba por trazer um final trágico, tanto para a vítima quanto para ele.

Ficha Técnica

Título Original:
 Gênero: Drama
 Tempo de Duração: 111 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1951
 Estúdio: Paramount Pictures
 Distribuição: Paramount Pictures
 Direção: Billy Wilder
 Roteiro: Walter Newman, Billy Wilder e Lesser Samuels
 Produção: Billy Wilder
 Música: Hugo Friedhofer
 Fotografia: Charles Lang
 Desenho de Produção: Sam Comer e Ray Moyer
 Direção de Arte: A. Earl Hedrick e Hal Pereira
 Figurino: Edith Head
 Edição: Arthur P. Schmidt

Elenco

Kirk Douglas (Charles "Chuck" Tatum)
 Jan Sterling (Lorraine Minosa)
 Robert Arthur (Herbie Cook)
 Porter Hall (Jacob Q. Boot)
 Frank Cady (Sr. Federber)
 Richard Benedict (Leo Minosa)
 Ray Teal (Xerife)
 Lewis Martin (McCardle)
 John Berkes (Pai Minosa)
 Frances Dominguez (Mãe Minosa)
 Frank Jaquet (Sam Smollet)
 Harry Harvey (Dr. Hilton)
 Geraldine Hall (Nellie Federber)
 Gene Evans (Deputado)

EMBRIAGUEZ DO SUCESSO



O filme traz como personagens centrais o temível jornalista J.J. Hunsecker (Burt Lancaster), autor de uma coluna diária no jornal *O Globe* e apresentador de um programa de TV, e o assessor de imprensa Sidney Falco (Tony Curtis), que vive à sombra de Hunsecker para alcançar sucesso. Por meio de diálogos inteligentes, revela aspectos interessantes de relações inescrupulosas que permeiam o universo jornalístico.

Ficha Técnica

Título Original: Swett Smell of Success
 Gênero: Drama
 Tempo de Duração: 96 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1957
 Estúdio: MGM / United Artists
 Distribuição: Twentieth Century Fox Home Entertainment
 Direção: Alexander MacKendrick
 Roteiro: Ernest Lehman, Clifford Odets
 Produção: James Hill
 Trilha Sonora/Supervisão Musical: Elmer Bernstein
 Canção: Chico Hamilton, Fred Katz
 Fotografia: James Wong Howe
 Direção de Arte: Edward Carrere

Figurino: Mary Grant
 Cenografia: Edward Boyle
 Edição: Alan Crosland Jr.
 Som: Jack Solomon
 Maquiagem: Robert J. Schiffer

Elenco

Burt Lancaster (J.J. Hunsecker)
 Tony Curtis (Sidney Falco)
 Susan Harisson (Susan)
 Marty Milner (Dalas)
 David White (Ottis)
 Lawrence Dobkin (Leo Bartha)
 Sam Lavene (Agente de Dalas)
 Emile Mayer (Inspetor)
 Barabara Nichols (Cigarette Girl)
 The Chico Hamilton Quintet:
 (Quinteto de Jazz)

O HOMEM QUE MATOU O FACÍNORA



Um dos clássicos do *western* americano, o filme ilustra a transição que a imprensa sofreu, ao longo do século XIX, deixando de participar efetivamente do contexto político, estágio personificado no jornalista Dutton Peabody (Edmond O'Brien), para adotar um perfil comercial, que é sintetizado pela célebre expressão do editor Maxwell Scott (Carleton Young): “Entre o fato e a lenda, publique-se a lenda”. A trama tem como personagens principais Ransom Stoddard (James Stewart) e Tom Doniphon (John Wayne). Doniphon mata o bandido, e Stoddard ganha a fama e o coração de Halie (Vera Miles).

Ficha Técnica

Título Original: The Man Who Shot Liberty Vance

Gênero: Faroeste

Tempo de Duração: 119 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1962

Estúdio: Paramount Pictures / John Ford Productions

Distribuição: Paramount Pictures

Direção: John Ford

Roteiro: James Warner Bellah e

Willis Goldbeck, baseado em estória de Dorothy M. Johnson

Produção: Willis Goldbeck e John Ford

Música: Cyril J. Mockridge

Fotografia: William H. Clothier

Direção de Arte: Hal Pereira e

Eddie Imazu

Figurino: Edith Head

Edição: Otho Lovering

Elenco

James Stewart (Ransom Stoddard)

John Wayne (Tom Doniphon)

Vera Miles (Hallie Stoddard)

Lee Marvin (Liberty Valance)

Edmond O'Brien (Dutton Peabody)

Andy Devine (Xerife Link

Appleyard)

John Carradine (Prefeito Cassius Starbuckle)

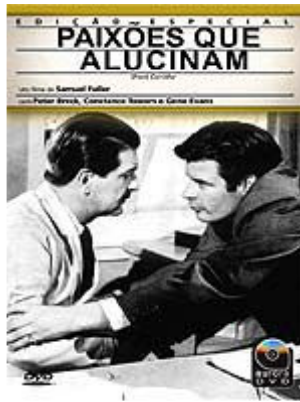
Jeanette Nolan (Nora Ericson)

John Qualen (Peter Ericson)

Willis Bouchee (Jason Tully)

Carleton Young (Maxwell Scott)

PAIXÕES QUE ALUCINAM



O filme, considerado a maior obra de Samuel Fuller, é uma parábola sobre jornalismo e loucura. Com o objetivo de ganhar o Prêmio *Pulitzer*, o bem conceituado jornalista John Barret (Peter Breck) decide se internar como louco para investigar um assassinato, ocorrido dentro do hospital psiquiátrico, cujo autor ainda não foi identificado pela polícia. A insensatez do plano, idealizado e incentivado pelo seu editor, Swane (Gene Evans), traz consequências desastrosas para a saúde mental do jornalista.

Ficha Técnica

Título Original: Shock Corridor
 Gênero: Drama
 Tempo de Duração: 101 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1963
 Estúdio: Paramount Pictures / John Ford Productions
 Distribuição: Paramount Pictures
 Direção / Fotografia / Produção / Roteiro: Samuel Fuller
 Fotografia: Stanley Cortez
 Trilha Sonora: Paul Dunlap
 Edição: Jerome Thoms
 Direção de Arte: Eugène Lourie
 Cenografia: Charles Thompson
 Figurino: Einar H. Bourman
 Som: Philip Mitchell

Maquiagem: Dan Greenway
 Efeitos Especiais: Charles Duncan, Lynn Dunn
 Coreografia: John Gregory

Elenco

Peter Breck (Johny Barret)
 Constance Towers (Cathy)
 Gene Evans (Swane)
 James Best
 Hari (Harry) Rhodes
 Larry Tucker
 William Zuckert
 Philip Ahn
 Neyle Morrow
 Frank Gerstle

A PRIMEIRA PÁGINA



Terceira versão cinematográfica da clássica peça do teatro americano, *The Front Page*, de Ben Hecht e Charles MacArthur (1928), o filme traz os conflitos vividos entre o editor Walter Burns (Walter Matthau) e o repórter Hildy Johnson (Jack Lemmon), quando este decide se casar à véspera do enforcamento de Earl Williams (Austin Pendleton). A história dá um panorama da imprensa americana da década de 1920, com ênfase no caráter sensacionalista dos jornais da época.

Ficha Técnica

Título Original: *The Front Page*
 Gênero: Comédia
 Tempo de Duração: 105 minutos
 Ano de Lançamento (EUA): 1974
 Estúdio: Universal Pictures
 Distribuição: Universal Pictures
 Direção: Billy Wilder
 Roteiro: Billy Wilder e I.A.L. Diamond, baseado em peça teatral de Ben Hecht e Charles MacArthur
 Produção: Paul Monash
 Música: Billy May
 Fotografia: Jordan Cronenweth
 Direção de Arte: Henry Bumstead
 Figurino: Burton Miller
 Edição: Ralph E. Winters

Elenco

Jack Lemmon (Hildebrand "Hildy" Johnston)
 Walter Matthau (Walter Burns / Otto Fishbine)
 Susan Sarandon (Peggy Grant)
 Vincent Gardenia ("Honest Pete" Hartman)
 David Wayne (Roy Bensinger)
 Allen Garfield (Kruger)
 Austin Pendleton (Earl Williams)
 Charles Durning (Murphy)
 Herb Edelman (Schwartz)
 Martin Gabel (Dr. Max J. Eggelhofer)
 Harold Gould (Prefeito / Herbie)

REDE DE INTRIGAS



O filme conta a história do Howard Beale (Peter Finch), famoso apresentador da rede de televisão USB, que, após ser demitido por causa de seus baixos índices de audiência, anuncia que vai se matar “ao vivo”. Mas os interesses inescrupulosos de diretores da rede, com destaque para as posturas da jornalista Diana Christensen (Faye Dunaway), transformam a loucura de Beale em altos índices de audiência.

Ficha Técnica

Título Original: Network

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 122 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1976

Estúdio: MGM / United Artists

Distribuição: MGM / United Artists

Direção: Sidney Lumet

Roteiro: Paddy Chayefsky

Produção: Howard Gottfried

Música: Elliot Lawrence

Direção de Fotografia: Owen Roizman

Desenho de Produção: Philip Rosenberg

Figurino: Theoni V. Aldredge

Edição: Alan Heim

Peter Finch (Howard Beale)

Robert Duvall (Frank Hackett)

Wesley Addy (Nelson Chaney)

Ned Beatty (Arthur Jensen)

Arthur Burghardt (Ahmed Kahn)

Bill Burrows (Diretor de TV)

John Carpenter (George Bosch)

Jordan Channey (Harry Hunter)

Kathy Cronkite (Mary Ann Grifford)

Ed Crowley (Joe Donnelly)

Jerome Dempsey (Walter C. Amundsen)

Conchata Ferrell (Barbara Schlesinger)

Gene Gross (Milton K. Steinman)

Stanley Grover (Jack Snowden)

Cindy Grover (Caroline Schumacher)

Beatrice Straight (Louise Schumacher)

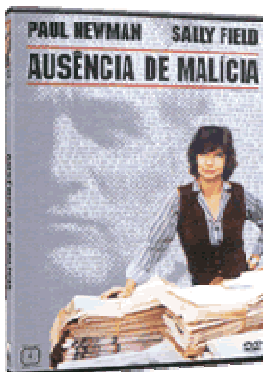
Lance Henriksen (Advogado)

Elenco

Faye Dunaway (Diana Christensen)

William Holden (Max Schumacher)

AUSÊNCIA DE MALÍCIA



O filme é um intenso drama sobre o poder da imprensa, o filme mostra como a repórter investigativa, Megan Carte (Sally Field), sem perceber que está sendo manipulada por fontes oficiais, coloca em risco a vida do empresário Michael Gallagher (Paul Newman). Ciente de que está sendo vítima de uma indevida investigação criminal, ele monta uma estratégia que levam todos os seus acusadores, inclusive a jornalista, a uma audiência judicial. A película traz diversas questões relacionadas ao jornalismo investigativo, principalmente a relação com as fontes.

Ficha Técnica

Título Original: *Absence of Malice*

Gênero: Suspense

Tempo de Duração: 117 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1981

Estúdio: Columbia Pictures

Distribuição: Columbia Pictures

Direção: Sydney Pollack

Produção: Sydney Pollack,

Terence Marsh

Desenho de produção: Terence Marsh

Roteiro: Kurt Luedtke

Fotografia: Owen Roizman

Trilha sonora: Dave Grusin

Edição: Sheldon Kahn

Cenário: John Franco Jr.

Figurino: Bernie Pollack

Maquiagem: Don L. Cash

Primeiro assistente de diretor:

David McGiffert

Operador de câmera: James

Glennon

Som: Bert Hallberg

Gerente de produção / Proutor

executivo: Ronald L. Schwary

Elenco:

Paul Newman (Michael Gallagher)

Sally Field (Megan Carte)

Melinda Dillon (Teresa Perrone)

Bob Balaban (Mac Addam)

SOB FOGO CERRADO

O filme traz três jornalistas, Russel Prince (Nick Nolte), Alex Grazier (Gene Hackman) e Claire Stroyder (Joanna Cassidy) encurralados num conflito armado na Nicarágua. Mais do que um filme sobre a coragem e o destemor de repórteres que aceitam pôr em risco a própria vida em troca de notícias e imagens, a obra traz definições sutis da natureza do trabalho jornalístico em zonas de conflito, e é marcada por um conflito ético que envolve o poder de verdade da imagem fotográfica.

Ficha Técnica

Título Original: Under Fire

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 128 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1983

Estúdio: MGM / United Artists

Distribuição: MGM / United

Artists

Direção: Roger Spottiswoode

Produção: Jonathan Taplin,

Edward Teets

Roteiro: Clay Frohman, Ron

Shelton

Fotografia: John Alcott

Trilha sonora: Jerry Goldsmith

Canção: Pat Metheny

Montagem: John Bloom, Mark

Conte

Desenho de produção: Augustin

Ituarte, Toby Carr Rafelson

Direção de arte: Agustin Ytuarte

Cenário: Enrique Estevez

Figurino: Cynthia Bales

Elenco

Nick Nolte (Russell Price)

Gene Hackman (Alex Grazier)

Joanna Cassidy (Claire Strayder)

Jean-Louis Trintignant

Ed Harris

O QUARTO PODER



Uma refilmagem de *A Montanha dos Sete Abutres*, só que adaptado ao cotidiano do telejornalismo, a película mostra como o repórter Max Brackett (Dustin Hoffman) transforma a atitude desesperada do ex-segurança de museu Sam Baily (John Travolta) numa grande oportunidade para recuperar o seu prestígio. O filme, além de mostrar como a manipulação de imagens pode construir fatos e destruir vidas, apresenta questões referentes ao processo de produção televisivo.

Ficha Técnica

Título Original: Mad City

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 114 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1997

Estúdio: Arnold Kopelson

Productions / Punch Productions

Distribuição: Warner Bros.

Direção: Costa-Gravas

Roteiro: Tom Matthews, baseado em estória de Tom Matthews e Eric Williams

Produção: Anne Kopelson e Arnold Kopelson

Música: Thomas Newman e Philippe Sard

Fotografia: Patrick Blossier

Desenho de Produção: Catherine Hardwicke

Direção de Arte: Ben Morahan

Figurino: Denise Cronenberg e

Deborah Nadoolman

Edição: Françoise Bonnot

Elenco

Dustin Hoffman (Max Brackett)

John Travolta (Sam Baily)

Mia Kirschner (Laurie)

Alan Alda (Kevin Hollander)

Robert Prosky (Lou Potts)

Blythe Danner (Sra. Banks)

William Atherton (Dohlen)

Ted Levine (Lemke)

Tammy Lauren (Srta. Rose)

Raymond J. Barry (Dobbins)

Lucinda Jenney (Jenny)

Akosua Busia (Diane)

Jay Leno (Jay Leno)

Larry King (Larry King)

O INFORMANTE



Baseado em fatos reais (1994), o filme retrata os conflitos enfrentados pelo produtor do famoso programa *60 Minutes* (60 Minutos), da CBS News, Lowell Bergman (Al Pacino) e o químico Jeffrey Wigand (Russell Crowe), ex-vice-presidente da *Brown and Williamson*, para conseguir revelar publicamente os riscos à saúde omitidos pela indústria tabagista. O choque de interesses entre o produtor e a emissora, e entre a emissora e a indústria tabagista leva a uma densa reflexão sobre ética e poder no jornalismo.

Ficha Técnica

Título Original: *The Insider*

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 160 minutos

Ano de Lançamento (EUA): 1999

Site Oficial:

<http://movies.go.com/theinsider>

Estúdio: Touchstone Pictures

Distribuição: Buena Vista Pictures

Direção: Michael Mann

Roteiro: Eric Roth e Michael Mann, baseado em artigo escrito por Marie Brenner

Produção: Pieter Jan Brugge, Michael Mann, Michael Waxman, Gusmano Cesaretti e Kathleen M. Shea

Música: Pieter Bourke, Lisa

Gerrard e Graeme Revell

Direção de Fotografia: Dante Spinotti

Desenho de Produção: Brian Morris

Figurino: Anna B. Sheppard

Edição: William Goldenberg, David Rosenbloom e Paul Rubell

Elenco

Al Pacino (Lowell Bergman)

Russell Crowe (Jeffrey Wigand)

Christopher Plummer (Mike Wallace)

Diane Venora (Liane Wigand)

Philip Baker Hall (Don Hewitt)

Lindsay Crouse (Sharon Tiller)

Devi Mazar (Debbie De Luca)