



Jornalismo no Cinema: Uma representação do fazer e ser jornalista¹

Paula Graziela de OLIVEIRA²

Dayane NOGUEIRA³

Talita Martins dos REIS⁴

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

A nossa proposta consiste em observar a representação dos jornalistas no cinema e também como o mundo da comunicação é visto na perspectiva da realização cinematográfica. Além disso, dentro do possível, fazer uma análise das nossas conclusões em relação aos conteúdos já estudados por autores da área. Para isso, este estudo se propõe a estabelecer uma relação histórica entre cinema e jornalismo, buscando descobrir quais os traços mais recorrentes da representação do jornalista nos filmes em que este é mostrado. É realizado, para ilustrar, duas análises de filmes onde o jornalista e o mundo da comunicação são retratados de formas distintas, a saber: *O quarto poder* (EUA, 1997) e *O Informante* (EUA, 1999). Ao final, será realizada uma discussão a respeito da influência desses filmes na escolha profissional dos jovens.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; jornalismo; representação; escolha profissional.

O JORNALISMO (JORNALISTA) DE IMAGEM

O cinema é considerado a “sétima arte”, capaz de mesclar realidade e ficção, identidade e representação. A cinematografia apropria-se da realidade, mas ao mesmo tempo constrói novas realidades. Este meio de comunicação, por ser híbrido, transita entre as diversas linguagens e setores das sociedades. Dentro desta perspectiva a autora Isabel Travancas afirma que

O cinema com seu enorme poder de penetração nos mais diversos grupos sociais ajudou a construir mitos, a divulgar saberes novos, como a psicanálise e a popularizar atividades e profissionais, como foi

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: paulagrazielao@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: dayane_nogueira15@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: talita_mr@hotmail.com



o caso da imprensa e dos jornalistas. A linguagem cinematográfica transmitiu o impacto das transformações sofridas neste século. (TRAVANCAS, 2001)

Nesse sentido, a representação dos jornalistas e do fazer jornalístico se constrói, e reconstrói, através das mudanças da história, dos comportamentos e das transformações sofridas pelos próprios meios de comunicação. Esta sétima arte então, se apropria das imagens da realidade e as projeta em grandes telas. “O século XX e o cinema nasceram quase juntos e, sem dúvida, o segundo registrou e expressou com cores, som e imagem muito do que se viveu e pensou nestes cem anos.” (TRAVANCAS, 2001)

A representação dos jornalistas no cinema acompanha as mudanças da profissão. Ser um jornalista nos anos 50 e 60 era ser um idealizador. Nesta época os jornalistas eram vistos como boêmios, engajados politicamente e voltados para os fatos da realidade. É possível perceber este fato na fala de Paulo Francis⁵, quando ele expressa que os jornalistas da década de 50 tinham “personalidades fortes, opinionadas, uma tradição humanista e generalizada que hoje desapareceu.” Hoje, talvez signifique apenas ser um âncora do jornal das oito horas com o tom de voz certo para cada reportagem. Essa representação não fica apenas por conta do cinema, faz-se através das imagens dos telejornais e modelos de conduta da mídia. Mas acreditamos que essa abordagem não cabe em nossa discussão no momento.

Entender a representação dos jornalistas e como ele foi se moldando ao longo da história pode trazer aos mesmos uma idéia do que a sociedade espera do fazer jornalístico. “A imprensa nos ajuda a definir nossas comunidades, nos ajuda a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade. O jornalismo também ajuda a identificar os objetivos da comunidade, seus heróis e vilões.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p.32)

As representações do jornalista no cinema freqüentemente oscilam entre o papel do herói e do vilão. Protagonizando histórias completamente distintas, ele já encarnou o mocinho que lutava por um ideal, mas também o profissional inescrupuloso capaz de esquecer qualquer princípio ético em busca de fama e dinheiro.

Do senso de justiça e de verdade ao senso de oportunidade, este profissional sempre carregou consigo uma imagem ambígua e contraditória. Ao mesmo tempo em que atraiu e fascinou, ele já foi repudiado e desprezado.

⁵ *Folha de São Paulo*. Seminário de Jornalismo, p.86.



O jornalismo é caracterizado como objetivo, imparcial, sério e responsável. A “imagem” do jornalista é essencial para a credibilidade de um jornal ou da notícia. Mas qual é a imagem que os jornalistas passam? As representações dos jornalistas não é papel apenas do cinema. Os meios de comunicação também se encarregam de criar a imagem do jornalismo perfeito ou estereotipado. O próprio jornal se incube desta tarefa.

Herói e bandido estiveram presentes em diferentes filmes e períodos. O vilão é representado pelo profissional que não mede esforços para conseguir seus objetivos e dar um ‘furo’ de reportagem. Sem caráter e trafegando pelo submundos do crime, ele não hesita em colocar sua carreira na frente de tudo e todos. O herói identifica-se com os valores do mundo público e defende a verdade, a democracia, o bem comum. Nesse sentido pode-se dizer que o jornalista surge como o herói urbano do século XX. (TRAVANCAS, 2001)

OS NEWSPAPER MOVIES

Existe uma crescente quantidade de filmes que retratam o jornalista e a atividade exercida por esse profissional, os *newspaper movies*⁶, que mostram a representação dada pelo cinema, principalmente o do modelo norte-americano de cinema, do ser e fazer jornalismo. Esses filmes expõem os dilemas enfrentados pelos profissionais que realizam esse ofício, desde a transformação dos fatos em notícias até o impacto dessas na sociedade.

Nessas produções, o poder da imprensa e sua influência na sociedade são os questionamentos centrais. Os *newspaper movies* ora mostram a imprensa desempenhando sua função de denúncia, contribuindo para o restabelecimento da democracia e da justiça, ora retratam a irresponsabilidade do jornalista como causadora de danos irreparáveis à vida das pessoas (SOUZA, p. 25 – 26).

Tendo em vista a importância do jornalista na sociedade, os *newspaper movies* funcionam para levar as pessoas a pensarem sobre o poder da informação e como esses profissionais têm agido na realidade. Para obter esse resultado, nesses filmes a influência da imprensa é colocada em destaque, assim como a função do jornalista que pode tanto ser demonstrada de forma positiva ou negativa.

⁶ Termo usado por Senra (1997): “O amplo arco de influência desta cinematografia – e, igualmente, a predominância do modelo americano de imprensa – foram determinantes nesta escolha, facilitada ainda pela existência de toda uma linhagem de filmes, os *newspaper movies*, ou filmes de jornalista, que consagraram a personagem sobretudo a partir dos anos 20”, in *O Último Jornalista*, 33.



Ambos os filmes analisados, *O quarto poder* e *O informante*, discutem a relação entre jornalista e fonte e mostram o poder da informação, como capaz de causar impacto em uma vida e, conseqüentemente em toda a sociedade.

O quarto poder, filme lançado no final dos anos 90, é um dos grandes clássicos dos *newspaper movies*. Aborda, de maneira geral, uma história a respeito de um drama sensacionalista. Percebemos a película como uma parábola sobre o mundo jornalístico e seus efeitos na vida de quem se vê envolvido por ele, exemplifica o poder de manipulação dos meios de comunicação na sociedade.

O filme conta a história do jornalista Max Brackett que por estar em declínio profissional cobria uma matéria sem muita importância em um museu de história. Nesse local, ele presencia um ex- funcionário do museu, Sam Baily, pedindo seu emprego de volta portando uma arma e, por acidente, ele atira em seu antigo colega que ainda trabalhava no museu. O imprevisto faz parecer que o ex-funcionário fazia refém a dona do museu juntamente com as crianças que visitavam o local.

O repórter percebe nesse acidente uma grande oportunidade de realizar uma matéria exclusiva. Com seu poder de persuadir, o repórter convence Sam de que com a matéria ele conseguiria comover a população e se livraria de uma punição severa. No entanto, a situação foge do controle do jornalista, tendo efeitos irremediáveis, já que no final da trama Sam Baily acaba morto.

Conforme analisamos, o filme mostra a construção de fatos em notícias e a manipulação desses de forma que essas reflitam o interesse da emissora. Além disso, mostra a disputa dentro das redações pela audiência, o que faz os jornalistas não se preocuparem com a verdade e sim com a melhor forma de atrair o público. A influência sobre a população também é exposta no filme, já que constantemente a opinião pública alterava em relação ao que era mostrado pela imprensa. A ética entre fonte e jornalista também aparece, já que o jornalista permite que seu interesse por ascensão profissional seja maior que seu interesse em ajudar o ex-funcionário. E quando ele tenta fazer algo, já não é mais possível.

O informante, filme de 1999, retrata a história verídica de um jornalista, Lowell Bergman, que começa a ter contato com um ex-funcionário de uma grande empresa de cigarros, Jeffrey Wigand, e percebe que esse tem informações importantes a respeito da indústria do tabaco. Após várias implicações, já que esse ex-funcionário possuía um acordo com a empresa que trabalhava para não falar a respeito do que sabia, o jornalista o convence a falar em público. Nessa entrevista, ele conta que o presidente da empresa



em que trabalhou não apenas sabia da capacidade viciadora da nicotina como também aplicava aditivos químicos ao cigarro, para acentuar esta característica.

Considerando a gravidade das informações, a CBS, empresa na qual fazia parte o programa “60 minutos” que Lowell trabalhava, vetou a possibilidade de ser transmitida a entrevista na sua totalidade, devido a comerciais. O ex-funcionário, só de passar aquela informação ao programa sofreu várias tentativas de intimidação, então o jornalista se viu obrigado em lutar pela divulgação daquela informação. Para isso, ele teve que confrontar a empresa que trabalhava passando informações até para concorrência a fim de manter seus valores, seu compromisso com a fonte.

Consideramos que o filme retrata o poder da mídia e como esta está atrelada ao mercado. Ele mostra como as informações importantes para a sociedade estão nas mãos de poucos e que não são muitos aqueles, dentro até do próprio jornalismo, determinados a revelar a sociedade àquilo que têm conhecimento. No filme também é questionada a ética no jornalismo.

Ambos os filmes relatam o dilema visto como crucial no jornalismo: a ética. Não cremos que seja possível considerar que o jornalista de *O quarto poder* ou o jornalista de *O informante* agiram como herói ou como vilão, o que podemos afirmar é que agiram como jornalistas, no entanto o que diferenciou foram os valores morais e éticos que cada um possuía.

Consideramos que os filmes de jornalista, apesar de criarem tramas que parecem necessitar de um herói ou vilão, não necessariamente o faz. Por meio dos filmes analisados, percebemos que ambos os personagens jornalistas agiram da forma como atuaram não por serem jornalistas, mas por possuírem determinado caráter. Talvez seja por isso que essa profissão é bastante utilizada no cinema, já que em seu desempenho se faz necessário mostrar a essência do indivíduo que a realiza. É uma atividade na qual é impossível cumpri-la sem mostrar sua característica como humano, sua índole, seu caráter.

O PERSONAGEM JORNALISTA

De acordo com Souza, as identidades do jornalista representadas variam de filme para filme, e, para se analisar essas variadas identidades, “torna-se indispensável um estudo da teoria de roteiro e, mais especificamente, de construção de



personagem, para que possamos entender quais etapas envolveram a modelagem de cada personagem analisado.” (SOUZA, 2007, p. 31). No entanto, nossa proposta com esse artigo é mais superficial, por isso, faremos uma rápida exposição de como se dá a construção do personagem jornalista, abordando a questão dos estereótipos e como isso influencia, e se influencia, na formação da identidade do jornalista na sociedade.

Souza afirma que o cinema tem grande capacidade de eternizar personagens, assim, se torna importante a preparação das características dos personagens, tanto físicas quanto psicológicas, que serão representados no filme, com a preocupação de se pensar o que será transmitido juntamente com esse personagem. Field (2001), citado por Souza (2007, p. 31), propõe que o primeiro passo da construção do personagem é a criação de seu contexto. Para ele, o contexto criado diz respeito à visão de mundo, às características e atitudes do personagem, que darão forma ao seu comportamento que será retratado no filme. Com base nisso, o autor afirma ainda que as características e atitudes dos jornalistas no cinema dão forma a um padrão comportamental desses personagens, apesar de, como Nogueira (2008) afirma, as representações do jornalismo serem marcadas por contradições e indagações.

Frequentemente, o papel do jornalista no cinema oscila entre dois extremos: o de herói e o de vilão. Protagonizando histórias completamente distintas, ele já encarnou o mocinho que lutava para defender um ideal, mas também o profissional capaz de esquecer qualquer princípio ético em busca de fama e dinheiro. Segundo Nogueira, no século XX, a imagem do jornalista foi formada, em grande parte, pelo cinema, que construiu, através de filmes clássicos, uma imagem superficial do campo. Paiva diz que algumas características já foram usadas exacerbadamente para compor a personalidade do jornalista, como a obsessão pelo trabalho, o individualismo, além de marcas como o cigarro e a bebida. Para ele, isso ocorre devido ao dinamismo e à dualidade de sua profissão, além de servir como ponto de contato entre a ficção e a realidade, uma vez que “os seres imaginários do cinema revelam tudo o que há de familiar e de estranheza nos seres humanos, incluindo tanto as suas atitudes mais nobres quanto as mais infames.” (PAIVA, 2007, p.89 *apud* SOUZA, 2007, p. 30).

Como um influente veículo de comunicação, o cinema tem a capacidade de criar e transformar imagens, assim, Souza afirma que o cinema acaba transformando o público em um consumidor passivo, com baixa participação no processo comunicativo com o uso de figuras prontas para serem absorvidas, que, praticamente, não exigem



interpretação. Assim, de maneira geral, o cinema contribuiu na manutenção de personagens-mitos, de estereótipos no jornalismo.

De acordo com Rosa (2006, p. 22), o jornalista americano Walter Lippman foi o precursor no tratamento dos estereótipos, conceituando o termo como a satisfação da necessidade de se ver o mundo de maneira mais compreensível do que realmente é. Souza afirma que o principal estereótipo usado no cinema foi o do jornalista boêmio com baixos salários, ausência de regras rígidas nas empresas, reduzido nível de instrução, mas extremamente ambicioso. Para Lima, essa conotação negativa nos estereótipos é mais perceptível do que o seu inverso, já que as conotações positivas, por serem menos frequentes e proporcionarem menor controvérsia social, são muito menos utilizadas. (LIMA, 1997, p.51 apud ROSA, 2006, p. 22)

Outra imagem estereotipada é a figura romântica de um profissional idealista, que luta em nome do povo, apesar de sua baixa remuneração. Souza afirma que o trabalho do jornalista, na maioria das vezes realizado individualmente desde a escolha da pauta que tenha mais interesse público até a publicação do que se descobriu, infelizmente não se dá pelo seu compromisso social e com a veracidade dos fatos, mas sim como uma busca pelo seu próprio sucesso profissional.

Representado em um ou outro extremo, a imagem do jornalista é sempre moldada de acordo com certos estereótipos. Segundo Rosa, os estereótipos influenciam quem está o recebendo,

porque eles afetam a atenção seletiva [...] e a dirige para aspectos particulares da informação e ignora outros elementos considerados irrelevantes à situação. [...]os estereótipos também influenciam as interpretações e as conclusões realizadas a respeito dos diversos estímulos existentes no ambiente social. (ROSA, 2006, p. 25)

Com base nisso e no que Peter Burke afirma sobre a relação entre identidade e estereótipos, vemos que as imagens do jornalista oferecidas nos filmes são peças-chaves na construção da identidade do jornalismo na sociedade. De acordo com Netto, Burke afirma que:

As identidades geralmente dependem de estereótipos do self e também de estereótipos dos outros [...]. As identidades apóiam-se naquilo que certa vez Freud, em uma expressão famosa, chamou de “o narcisismo de pequenas diferenças”, exagerando qualquer aspecto que faz uma comunidade ser diferente da outra. As definições de identidade frequentemente envolvem tentativas de apresentar a cultura como se fosse natureza [...]. No entanto, para um historiador, é óbvio que as identidades culturais (dadas as formas que assumiram ao longo do tempo) podem ser produtos ou até mesmo invenções (BURKE, 1995, p. 91 apud NETTO, 2009, p. 28).



Assim, podemos afirmar que vários conceitos e preconceitos arraigados na sociedade que dizem respeito ao perfil do profissional jornalista estão refletidos na tela do cinema, mesmo que, muitas vezes, não tenham correspondência com a realidade. De acordo com Souza, o perfil do profissional jornalista é identificado pela grande maioria como a imagem veiculada nos filmes que, em grande parte teve origem no mundo ficcional. É claro que, como uma representação, essa imagem representada guarda semelhanças com o jornalista real. Mas ele não constitui somente um reflexo da realidade na grande tela. (SOUZA, 2007, p. 43).

Entretanto, de acordo com Santos, o jornalista não deve ser encarado 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. (SANTOS, 2009, p. 180)

CONCLUSÃO

De maneira geral, percebemos que ao longo da história do cinema, o jornalista sempre se fez presente, ora retratado como um profissional preocupado com a sociedade e ora a serviço dos interesses comerciais. Neste sentido, o cinema influencia o modo como o jornalista é visto dentro da sociedade.

Barbero (1997) acredita que os meios de comunicação de massa, dentre eles o cinema, influenciam na formação da nacionalidade e da uniformidade. Sendo assim, caberia aqui pensar que esse meio contribui para a formação do estereótipo desse profissional.

A paixão que essas massas sentiram pelo cinema teve sua ancoragem mais profunda na secreta irrigação de identidade que se processava ali (...); sem fazer julgamentos, o público se apropriava das peripécias dos personagens que eram dotados de um tipo de realidade que transcendia a idéia de representação (BARBEIRO, 1997, p. 210).

O jornalismo e o cinema nunca se configuraram como concorrentes, pois tem em comum, além de sua tentativa de registro da realidade, a inquestionável afinidade entre seus modos de narrativa. Enfim, o cinema possibilitou aos telespectadores refletir sobre o ser e o fazer jornalístico. A partir destas representações a cinematografia contribuiu



com a construção de algumas imagens do jornalista que certamente influenciam a escolha profissional de futuros repórteres e o imaginário coletivo acerca do perfil dessa profissão.

É possível afirmar que o cinema colaborou com a construção de uma imagem, ou melhor, de algumas imagens do jornalista; representações que certamente influenciaram na escolha profissional de futuros repórteres. Quantas carreiras jornalísticas não devem ter nascido no “escurinho” de uma sala de cinema? (TRAVANCAS, p.01- 02).

Acreditamos que essa representação do jornalismo e do jornalista apresentada pelo cinema influencia a maneira como as pessoas veem e compreendem o exercício dessa profissão. Os dilemas retratados pela sétima arte a respeito desse ofício criam uma imagem ambígua do jornalista, já que, ao mesmo tempo em que é retratada a imagem idealizada da profissão, é mostrado o lado onde os interesses comerciais são colocados em primeiro plano e o compromisso com a verdade é negligenciado.

Essa dualidade, entre “herói” e “vilão”, mostrada nos newspapers movies, acaba por atribuir à profissão uma certa responsabilidade, que é transmitida aos telespectadores, possíveis futuros jornalistas. Assim, estes percebem que essa profissão é capaz de alterar toda a sociedade. Como explicamos, a dualidade acaba por mostrar que esses personagens não são bandidos ou mocinhos, mas jornalistas, humanos, com ideologias, valores, condutas que precisam tomar decisões importantes todos os dias a respeito de como atuar, não pensando só em si, mas em toda a sociedade.

Tendo em vista essas observações explanadas e por não encontrarmos muitos estudos sobre o assunto, procuramos, por meio deste artigo, propor um estudo a respeito dessa influência causada pelo cinema, uma vez que verificamos a grande capacidade que esse meio de comunicação possui de modificar, e até mesmo criar, representações da realidade. Acreditamos ser importante uma pesquisa como essa para averiguar se a influência imposta pelo cinema faz com que os jovens escolham essa profissão devido à percepção da responsabilidade social desse ofício.



REFERÊNCIAS

BARBERO, Jesus Martin. Continuidade e rupturas na era dos meios. In: **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 1997, p. 203 – 221.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do JORNALISMO: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo. Geração Editorial, 2003 – Disponível em: < www.eca.usp.br >. Acesso em 1 de jul. de 2010.

NETTO, Michel Nicolau. **Música brasileira e identidade nacional na mundialização**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.

NOGUEIRA, Lisandro. **Cinema e Jornalismo: o melodrama e a tragédia moderna**. In: Revista Esfera, ano 1, vol. 1, nº 2, julho-dezembro, 2008.

ROSA, Rachel Bezerra Abrantes. **O personagem jornalista no visão cinematográfica da década de 90**. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2006.

SANTOS, Macelle Khouri. **Um olhar sobre o jornalismo: análise da representação do jornalismo no cinema Hollywoodiano, de 1930 a 2000**. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

SENRA, Stella. **O último jornalista: imagens de cinema**. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

SOUZA, Nicole Fajardo Leão de. **As Multifaces do Jornalista-Herói no Cinema: Uma Análise de *A Montanha dos Sete Abutres* e *Todos os Homens do Presidente***. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2007.

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem do cinema**. Núcleo de Jornalismo – Intercom 2001. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf> >. Acesso em 1 de jul. de 2010.



FILMOGRAFIA

O INFORMANTE (The Insider). Direção: Michael Mann. Produção: Pieter Jan Brugge, Michael Mann. Roteiro: Eric Roth, Michael Mann. Intérpretes: Al Pacino, Russell Crowe, Christopher Plummer, Diane Venora, Lindsay Crouse, Gina Gershon, Rip Torn. Estados Unidos: Spyglass, 1999. 1 fita de vídeo (162min), VHS, son., color.

O QUARTO Poder (Mad City). Direção: Konstantinos Costa-Gavras. Produção: Anne Kopelson, Arnold Kopelson. Roteiro: Tom Matthews. Intérpretes: John Travolta, Dustin Hoffman, Mia Kirshner, Alan Alda, Robert Prosky, Blythe Danner, William Atherton, Ted Levine. Estados Unidos: Warner Bros., 1997. 1 fita de vídeo (114 min), VHS, son., color.