

Cinema e Jornalismo: a representação da prática jornalística nos filmes Chicago e O Grande Milagre¹

Milanna Carvalho AMBRÓSIO²

Vitor Franco GAVIRATI³

Graciene Silva de SIQUEIRA⁴

Universidade Federal do Amazonas (Ufam)
Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (Icsez)

Resumo

A sociedade forma uma representação do profissional jornalista não apenas pelo seu trabalho, mas também pela forma como os próprios produtos audiovisuais os apresentam, especialmente a TV e o cinema (KRAETZIG, 2012). Pretendemos analisar como o jornalista é representado no cinema por meio de dois filmes: Chicago, dirigido por Rob Marshall, de 2002, e O Grande Milagre, de Ken Kwapis, 2012. Baseando-nos na teoria das Representações Sociais, além dos estudos desenvolvidos por Senra (1997) e Berger (2002) acerca da presença do jornalista em produções cinematográficas. O método utilizado é a Análise Fílmica proposta por França (2002). Os resultados aqui apresentados foram obtidos a partir de dois projetos de iniciação científica fomentados pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) e são desenvolvidos na Universidade Federal do Amazonas (Ufam), em Parintins.

Palavras-chave

Jornalismo; Representações Sociais; Cinema.

Introdução

O cinema, como forma de entretenimento, tem a capacidade de atingir pessoas de diferentes idades, raças, classe sociais, etc. Sendo assim, trata-se de um meio que possui grande poder de produzir e reproduzir representações que, por vezes, são absorvidas como verdade pelo público.

A partir das imagens exibidas pela Sétima Arte, são formadas Representações Sociais no imaginário coletivo. Segundo Oliveira e Werba (1998), as Representações Sociais (RS), são teorias criadas sobre saberes populares e senso comum. Uma vez formadas, elas são

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – 02 a 05/09/2014.

² Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (Icsez), email: milannafla@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (Icsez), email: gavirati_vitor@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Docente do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). Msc. em Ciências da Comunicação, email: graciennesiqueira@gmail.com

compartilhadas socialmente a fim de construir e interpretar o real. No que tange às representações sociais de uma profissão, Borges (2007, p. 81) indica que são “um conjunto de ideias que o conjunto de indivíduos que constituem um grupo profissional têm ou partilham sobre determinada profissão”. Ao representar uma atividade profissional, provavelmente, a imagem reproduzida pelo cinema é vista como verdade por parte do público que não conhece a realidade daquele grupo e/ou da profissão.

Com seu grande poder de propagação aos mais distintos grupos sociais, o cinema ajudou a construir mitos e divulgou novos saberes, além de popularizar atividades e profissionais – neste caso, a imprensa e o jornalista (TRAVANCAS, 2001 *apud* AMBRÓSIO *et al.*, 2014).

No tocante ao estudo da relação entre cinema e jornalismo, destacam-se duas iniciativas: Stella Senra, com o livro *O Último Jornalista: imagens de cinema*, de 1997 e Christa Berger, organizadora da obra *Jornalismo no Cinema*, de 2002. Senra (1997) foi pioneira e seu trabalho serviu de referência para estudos posteriores. Em seu livro, a autora elencou os estereótipos e características que o cinema atribuiu ao jornalista ao longo do tempo, sem se preocupar em traçar um perfil histórico, mas apresentar aspectos presentes na imagem do jornalista construída historicamente pelo cinema.

Já Berger (2002) organizou a obra *Jornalismo no Cinema*, resultado da pesquisa *O Ofício do Jornalista: da sala de redação à tela de cinema, desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação* da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O livro conta com 16 artigos sobre a representação do jornalista em diferentes filmes.

Percebe-se, assim, um vasto campo de pesquisa, mas no qual encontramos poucos estudos. Diante disso, surgiram dois trabalhos, resultados de projetos de iniciação científica, onde desenvolvemos estudos acerca da representação da prática jornalística nos filmes: *Chicago* (2002), do diretor Rob Marshall e *O Grande Milagre*, dirigido por Ken Kwapis e lançado em 2012. Em nossas pesquisas, usamos a Análise Fílmica proposta por França (2002). O autor aponta o analista de filmes como alguém que repassa sua visão do filme para um grupo de espectadores, fazendo com que eles ampliem suas ideias de interpretação da obra. Segundo ele, o propósito da análise de um filme é "a investigação e a observação do diálogo que o filme mantém com o mundo" (FRANÇA, 2002, p. 122). Assim, nos projetos buscamos verificar a verossimilhança das representações na Sétima Arte, bem como identificar (ou não) estereótipos atribuídos aos profissionais dos filmes, além de relacionar com outras discussões ligadas à atividade jornalística, percorridas nas análises.

Compreende-se que seria impossível esgotar e apresentar os resultados de duas pesquisas. Entretanto, buscamos destacar aspectos mais relevantes que identificamos nos dois filmes. Verificamos como a prática jornalística é representada nas produções, tomando como base os estudos de Senra (1997) e Berger (2002), além de outros autores.

‘O Grande Milagre’: *newspaper movie* mostrando os bastidores da prática jornalística

O Grande Milagre, (*Big Miracle*, em original) é uma produção do diretor Ken Kwapis e foi lançada em 2012, nos Estados Unidos. O filme é baseado no livro homônimo de Tom Rose, onde o autor narra a cobertura midiática de uma história verídica que aconteceu em Barrow, Alasca (EUA): três baleias cinzentas da Califórnia ficaram presas no gelo e a única coisa que as mantinha vivas era um buraco pelo qual elas podiam emergir até a superfície para respirar.

No filme, o jornalista Adam Carlson (John Krasinski), que estava fazendo reportagens na região, descobre as baleias e faz uma matéria que, após ser transmitida em rede nacional, faz jornalistas do mundo todo irem até Barrow cobrir o caso. A partir disso, a história ficou conhecida mundialmente, levou biólogos, ativistas e pessoas de vários países a acompanharem o resgate dos animais e despertou interesse de petroleiros e políticos que desejavam obter publicidade ao se oferecerem para ajudar no resgate.

Jornalistas que desejam, acima de tudo, subir na profissão, outros arrogantes e vaidosos, a mídia sendo manipulada e manipulando a audiência, muitas cenas representando a prática jornalística. São alguns dos elementos que observamos em nossa análise. Para termos controle e uma noção da presença de questões ligadas ao jornalismo no filme, fizemos uma quantificação de cenas e chegamos aos seguintes números: *21 Cenas com produto jornalístico*; *28 Cenas referentes à prática jornalística*; *02 Cenas com discussões sobre ética*; *08 Cenas que deixam evidente o poder da mídia*; *18 Cenas com demais assuntos a serem discutidos na análise* (Neste tópico, podemos citar cenas que ilustram algumas teorias do jornalismo, bem como critérios de noticiabilidade, discursos/ideias sobre jornalistas, uso da mídia para publicidade, conflitos entre colegas de trabalho, a imagem/estética de um profissional de TV, etc.); *03 Cenas referentes a estereótipos/características* (Neste caso, foram encontrados estereótipos e características atribuídas ao jornalista). Ao todo, foram 80 cenas com representações da prática jornalística ou que fazem referência a ele. Nota-se que os maiores registros foram em cenas de prática e produtos jornalísticos. Isto confirma que os *newspaper movies* atuam como bastidores do jornalismo, como ponderou Berger (2002), ou

seja, eles mostram o trabalho do jornalista e o que ele faz até que sua matéria chegue ao público.

No geral, ao se analisar o filme, a característica mais forte é que ele deixa evidente o grande poder que a mídia exerce na sociedade, não sendo exagerada a expressão “o quarto poder⁵” a ela atribuída. A produção apresenta algumas cenas que fazem referência ao poder da mídia, e a trama em si, destaca isso. Sabe-se que se a imprensa não tivesse feito a cobertura do caso, as baleias nunca teriam sido salvas.

A partir de algumas cenas do filme, confirmamos a Teoria do Agendamento⁶, ou seja, a mídia realmente controla e pauta os diálogos da audiência e isso não é um privilégio da década de 1980 (década na qual ocorreu o fato em Barrow), pois, atualmente, esta teoria tem se confirmado fortemente, visto que as pessoas são cada vez mais influenciadas pelos assuntos que a imprensa pauta. Quando o caso se torna mundialmente conhecido, muitas pessoas acompanham a cobertura e o isso vira o principal assunto entre a audiência, como visualizamos no trecho 01:09’20’’ – 01:09’55’’. A cena mostra que as pessoas vivem aquilo. Na escola, crianças só queriam falar de baleias, mesmo com a tentativa da professora de mudar de assunto, isto é, as pessoas falavam sobre o que a mídia pautava. (ver Figura 1).



Figura 1: A menina lê sua redação sobre as baleias; a professora comenta que aquela era a sétima redação do dia sobre baleias, por isso, questiona se alguém quer falar de outro assunto, mas as crianças não mostram interesse. Ao perguntar quem quer falar mais sobre baleias, todos os alunos levantam as mãos.

⁵ Expressão criada em alusão aos três poderes do Estado: Legislativo, Executivo e Judiciário para se referir à mídia como sendo o quarto poder considerando o poder que esta exerce sobre a sociedade.

⁶ Segundo Pena (2012), a Teoria do Agendamento, também chamada de *agenda setting*, surgiu nos Estados Unidos, no início da década de 1970. Defende a ideia de que a audiência tem uma tendência a considerar mais importante os assuntos que a imprensa veicula. Em outras palavras, a mídia pauta os assuntos que são tratados nos relacionamentos e escolhe sobre o que a audiência vai falar.

Outra teoria que pode ser visualizada a partir do filme é a Teoria Organizacional do Jornalismo⁷, pois ele contém muitas cenas que abordam a organização do trabalho jornalístico, assim como a relação entre editor e repórter.

Também observamos a Teoria do *Gatekeeper*⁸, quando o filme mostrou em uma cena o jornalista escolhendo qual notícia seria divulgada. Na ocasião, uma reunião de pauta acontecia e os jornalistas estavam discutindo como preencher o espaço vazio no jornal. As notícias das agências eram: a demissão de cinco mil pessoas na Chrysler; um trem que descarrilou na Índia e deixou 60 mortos e as três baleias presas no gelo. O editor comenta que o apresentador do jornal gostava de história como as das baleias, então decide usar esta notícia para preencher o espaço, agindo, assim como o porteiro (*gate*, do inglês: portão, porteiro), que seleciona a informação que é levada ao público.

No que tange à representação do jornalista, nota-se que neste filme, há diferentes representações. Há a figura do profissional romântico e idealista, que é tido como o herói da história – no caso, o repórter Adam Carlson, que “descobre” as baleias presas e, graças a isto, elas são salvas. Entretanto, o personagem também tem um perfil do profissional que deseja, acima de tudo, crescer na carreira. Isto nos remete à ponderação de Travancas (2001, apud Rosa, 2006), a qual fala que os jornalistas estão sempre em busca de um “furo”, por se tratar de uma diferenciação na profissão e buscam constantemente fazê-lo.

A ânsia por esta individualização faz com que os personagens não hesitem em colocar a sua carreira na frente de tudo e de todos e busquem as notícias independentemente do risco que podem correr. Eles se arriscam em causa própria e estão interessados apenas no alcance de seu próprio sucesso e não no comprometimento da função da empresa onde trabalham, ou simplesmente em informar a população (ROSA, 2006, p. 40).

Em meio às representações presentes na obra, também há, através de um personagem, a figura de um profissional indiferente e arrogante. Ele acredita que as matérias importantes são aquelas que têm a cobertura de um profissional de renome. Por outro lado, temos em outra personagem a representação de uma profissional competente, esforçada, mas capaz de passar por cima de colegas de trabalho para conseguir o que quer. É o caso de uma repórter de TV que é enviada a Barrow para cobrir o caso das baleias. Além disso, através desta personagem,

⁷ De acordo com esta teoria, “toda organização dispõe de meios específicos para realizar seu trabalho e eles influenciam diretamente o resultado desse trabalho, ou seja, o produto final” (PENA, 2012, p. 135). Proposta pelo sociólogo norte-americano Warren Breed (1955), a Teoria Organizacional sugere que o jornalismo é um negócio e o jornalista passa por um processo de adaptação ao sistema da redação, sendo obrigado a seguir a política editorial e deixando seus valores de lado, caminhando assim para o conformismo dentro da empresa.

⁸ Segundo a Teoria do *Gatekeeper*, o jornalista age como um ‘porteiro’, que permite ou não a passagem de determinada informação. Como aponta Pena (2012, p. 133), na teoria do *gatekeeper*, “diante de um grande número de acontecimentos só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista”.

o cinema cria a representação de que, no meio televisivo, a imagem estética do repórter conta mais que sua competência – o que tem ocorrido, de fato, em muitos jornais. Isso acontece no trecho 32’13’’ – 33’16’’, quando dois jornalistas estão conversando e Adam convence a repórter que precisa consumir muitas calorias para suportar o frio local, mas ela retruca dizendo que não pode fazê-lo porque precisa manter uma boa aparência (Ver Figura 2)



Figura 2

O filme não somente evidencia o quão poderosa é a mídia, como também mostra que as pessoas têm consciência desse poder. Isto ocorre em uma cena na qual fica evidente que uma personagem sabe que a mídia pode mudar o rumo da história, caso se mostre a favor ou contra alguém e/ou uma posição: quando Rachel Kramer (Drew Barrymore), uma ativista do Greenpeace, descobre que o povo de Barrow *inuítes*⁹ quer matar as baleias por possuir o direito de caça, ela afirma que fará a imprensa ficar contra eles. O diálogo acontece durante o trecho 24’36’’ – 25’03’’ (Ver Figura 3):

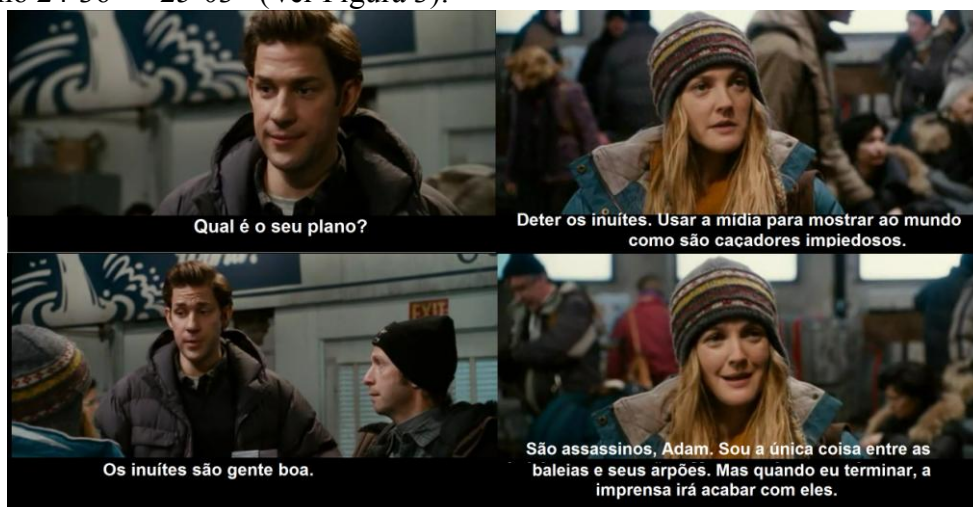


Figura 3

⁹ Segundo Rose, os inuítes constituem a nação indígena mais populosa da região de Quebec, Canadá; este povo construiu uma civilização inteira em torno das baleias e dependiam dela para sua sobrevivência, além disso, até certo tempo, elas eram a única fonte de alimentação deles.

A cena mostra que a ativista tem consciência de que pode usar a mídia para conseguir o que quer, assim como um petroleiro que tinha fama de inimigo do meio ambiente e se aproveita da história das baleias para melhorar sua imagem, pois ele desejava explorar uma região próxima de Barrow. Além disso, políticos também entraram na história. O então presidente dos EUA, Ronald Reagan, desejava eleger o vice-presidente, George W. Bush, e seus funcionários viram no resgate das baleias uma oportunidade de tentar apagar o retrospecto negativo do governo com questões ambientais.

De modo geral, *O Grande Milagre* nos leva a refletir que tudo se trata, em suma, de um ciclo entre mídia e audiência: a primeira pauta temas que possam despertar muito o interesse da segunda, por outro lado, são os índices de audiência que fazem a mídia continuar ou não transmitindo a notícia. No caso das baleias, a audiência pressionou o governo – que já tinham bons retrospectos ambientalistas no país – e deu notoriedade para que pessoas de todos os lugares quisessem tirar proveito do caso em troca de publicidade.

Chicago: críticas ao modo de percepção social do jornalismo

Chicago é um musical estadunidense, dirigido por Rob Marshall, lançado em 2002. O elenco da produção conta com a presença de atores e atrizes consagradas como Richard Gere, Queen Latifah e Catherine Zeta-Jones. O roteiro de Bill Condon conta a história de Roxie Hart (interpretada por Renée Zellweger), uma jovem dona de casa que sonha em se tornar uma celebridade em musicais. Na busca pelo sucesso, Roxie mata seu amante, Fred Casely (Dominic West), que havia lhe prometido um teste em uma grande casa de shows localizada em Chicago, cidade onde a trama se desenvolve e que empresta o nome para o filme em questão. Após cometer o crime, Roxie Hart é presa e, para tentar escapar de uma possível pena de morte, contrata o advogado Billy Flinn (Richard Gere).

O filme é baseado em uma peça musical que, assim como a produção cinematográfica, também possui o nome da cidade norte-americana. Esta peça foi escrita por Fred Ebb e Bob Fosse, músico e produtor, respectivamente, e produzida em 1975. O trabalho de Ebb e Fosse foi inspirado em outra peça musical, desta vez, escrita pela jornalista Maurine Dallas Watkins. A obra produzida por Maurine foi adaptada para o cinema mudo, em 1927, e conta a história verídica de duas mulheres que ganharam fama após serem acusadas por crimes de assassinato e absolvidas na década de 1920. Enquanto jornalista, Maurine Watkins acompanhou o caso das mulheres em Chicago. Mesmo que indiretamente, nosso objeto de estudo sofre a intervenção de um jornalista para sua construção, configurando a presença de profissionais do

jornalismo na produção de filmes que abordam o jornalismo, situação esta abordada por Christa Berger (2002).

A partir do momento em que Roxie é presa, os jornais começam a noticiar o caso. Em meio à cobertura, o atrelamento dos repórteres às falas de seus entrevistados, assim como a fragilidade da veracidade do texto jornalístico oriunda desta interação é o principal aspecto da prática jornalística abordado no filme *Chicago*. É através deste recorte, a partir do trabalho dos jornalistas, que *Chicago* tece críticas ao jornalismo e ao modo com que este é percebido socialmente.

Nos jornais, o relato de acontecimentos é feito com material obtido pelo jornalista durante a apuração, definida por Thais de Mendonça Jorge (2008, p. 97) como “colher os fatos, juntar todos os dados disponíveis sobre o acontecimento e construir uma notícia”. Para tanto, o repórter pode ser testemunha ocular do fato (estar presente no ocorrido), ouvir fontes de informação, ou seja, pessoas que estiveram presentes no acontecimento ou consultar documentos, relatórios e pesquisas. Tudo respeitando a premissa de que “a notícia precisará oferecer ao leitor todas as informações válidas” (BONFIM *apud* ERBOLATO, 2008, p. 185).

No entanto, no processo de construção da notícia, este pressuposto pode acabar não sendo respeitado. Antonio Hohlfeldt (2001) nos diz que a relação entre jornalista e fonte pode ser uma dicotomia. Ao mesmo tempo em que o repórter possui o contato de um informante que sempre o ajuda com informações novas e de relevância, sua fonte pode acabar implantando informação que lhe convenha, que possa trazer benefícios a si, mas que não sejam válidas.

Há um perigoso e evidente relacionamento entre fontes e jornalistas que tem sido motivo de debates, sobretudo no campo da ética profissional. Nem por isso tem sido diminuída a relação entre tais profissionais ou organismos e tais fontes, até porque é através delas, sobretudo, que flui o maior conjunto e informações do jornalismo internacional. O risco de se dar vazão ao *boato* ou à *informação plantada* é enorme, mas tais riscos fazem parte, *naturalmente*, do próprio fluxo informacional característico do processo da informação jornalística (HOHLFELDT, 2001, p. 217).

Clóvis Rossi (2007) aponta a postura que os jornalistas devem buscar para elaborar um texto que se aproxime do verdadeiro e que - ou ao menos - não traga afirmações errôneas. Para o autor, "cabe, então, ao repórter, pesar cada informação passada pelas fontes, confrontá-la com outras, oriundas de outros informantes, avaliá-la em função de seus próprios conhecimentos ou informações anteriores sobre o tema - e, assim, compor o seu próprio quadro" (ROSSI, 2007, p. 51). O conselho de Rossi é algo debatido durante a graduação de

um jornalista. Todo o profissional da área deve ser conhecedor dessa práxis a qual deve seguir para a boa condução de seu trabalho, no entanto, não são todos os repórteres que a executam.

Em *Chicago*, por diversas vezes, durante entrevistas coletivas, personagens da trama mentem para os jornalistas. Tal atitude ocorre com a intenção de se produzir imagens positivas das criminosas da história através do – característico – poder da imprensa de influenciar a formação da opinião pública. Os profissionais da notícia presentes na história confiam nas declarações das fontes noticiosas e publicam as informações fornecidas pelos entrevistados. Estas cenas colocam em dúvida toda a credibilidade atribuída socialmente ao jornalismo enquanto meio de comunicação que se pauta pela verdade dos fatos, tal como estabelece o Código de Ética dos Jornalistas (2007). Nestes trechos, o filme apresenta aos espectadores um novo modo de compreensão do jornalismo, onde as notícias não são mais portadoras da verdade absoluta, mas uma versão dos acontecimentos. Do mesmo modo com que a notícia é definida por Pereira Junior (2010). Este posicionamento de *Chicago* faz com que o filme se configure como obra que se apoia em perspectivas teóricas realistas do cinema: uma produção capaz de lançar novas percepções para a realidade. Para a sociedade, de modo geral, suscita-se o questionamento sobre a confiança atribuída aos jornais, enquanto para os profissionais do jornalismo, uma reavaliação da prática profissional.

Ao representar jornalistas apurando informações, *Chicago* destaca a atuação de profissionais que não desempenham seu trabalho da melhor forma possível. No filme analisado, nenhum jornal apresentado, por meio de seus repórteres, confronta declarações, como sugere Clóvis Rossi. Em nosso entender, as condições em que o filme suscita tal percepção não responsabilizam inteiramente os jornalistas pela capacidade dos veículos comunicacionais em reproduzir informações falsas, porém, questionam a credibilidade dos mesmos. No filme *Chicago*, percebemos que apesar de fazerem seu trabalho de ouvir as fontes, os jornalistas não compreendem que estas manipulavam as informações. E um personagem faz referência a isso, como discutiremos posteriormente neste trabalho.



Figura 4

A facilidade com que as fontes fornecem informações errôneas, sem que os jornalistas as confrontem, mostra certa dependência dos profissionais ao que os entrevistados falam. A cena destacada no fotograma acima representa o trecho-chave da obra (46'28" – 49'25") para a caracterização das críticas centrais apontadas por nós anteriormente. Neste momento, em que uma entrevista coletiva é representada em um musical, *Chicago* reproduz o pensamento de que a notícia, como um espelho, mimeticamente reproduz o que uma personalidade declara a um jornalista.

Este trecho do musical claramente classifica os jornalistas como "os que são manipulados pelos entrevistados". No entanto, apesar de enfatizar os profissionais da imprensa que não trabalham corretamente, *Chicago* reconhece a existência de jornalistas comprometidos que atuam de forma similar ao que sugere Rossi (2007). Porém, este reconhecimento acontece em proporções extremamente desiguais, mostrando, de forma clara, a intenção de destacar as falhas do sistema jornalístico. Enquanto diversas cenas do filme exaltam a possível manipulação que jornalistas podem sofrer, apenas uma fala do advogado Billy Flinn, durante toda a trama, retrata a existência de profissionais que não se contentam com simples declarações, confrontam falas, e aprofundam investigações na construção de uma notícia.

Vale dizer que o erro dos jornalistas (publicação de inverdades) ainda pode ser suscitado pela pressa das redações de jornais em produzir o noticiário e por cada vez mais desejar a informação nova, o furo jornalístico.

A fala que representa o breve reconhecimento da existência de jornalistas críticos demonstra uma falha da produção do filme, entretanto, nos parece ter uma carga significativa clara, expondo um fragmento de realidade na representação da prática jornalística rapidamente explorado, de modo intencional, por *Chicago*. A frase em questão, com a voz original dos atores, sem dublagem, é: "*And they are not all 'pushovers' like Mary Sunshine*", dita pelo advogado Billy Flinn, se referindo aos jornalistas em comparação à jornalista que aparece com maior frequência e destaque no filme. Após nossa tradução, obtemos a frase: "E eles não são todos 'ingênuos' como Mary Sunshine". A dublagem em português nos diz: "Nem todos são tão 'incisivos' como Mary Sunshine". Enquanto a legenda em português aponta: "Nem todos são tão 'panacas' como Mary Sunshine".

Em cada modo distinto de se apreciar o filme, o espectador de *Chicago* entrará em contato com uma adjetivação diferente atribuída aos jornalistas. Após nossa tradução, acreditamos que a frase original (em inglês) recebe uma significação correta ao ser transcrita

para o português apenas na legenda do filme. O termo 'ingênuo' emite a ideia de que a jornalista Mary Sunshine é uma profissional incapaz de desconfiar da fala de um entrevistado, que não confronta declarações e não aprofunda investigações. O adjetivo 'incisivo', usado na dublagem para o português, a nosso ver, qualificaria o oposto do que a frase original busca transmitir. Já a palavra 'panaca', de forma pejorativa, tal qual uma ofensa, busca transmitir o mesmo sentido da fala original, porém, com um tom mais agudo.

A adjetivação feita aos jornalistas em *Chicago* constitui o processo de rotulagem dos profissionais, onde são fornecidos elementos que passam a marcar a imagem do objeto representado no filme perante o imaginário social. A estereotipagem feita por *Chicago* não conta com a manutenção de estereótipos observados por Senra (1997), mas gera três rótulos dos qual apenas um pode ser considerado positivo para o jornalista: manipuláveis, ingênuos e ávidos trabalhadores.

Em decorrência de sua abordagem acerca da relação entre jornalistas e fontes de informação, nosso objeto de estudo configura - negativamente - os jornalistas como profissionais manipuláveis e ingênuos. Diante de nossa leitura sobre *Chicago*, torna-se claro a observação de como estes estereótipos foram construídos na trama. Enquanto profissionais passivos, que reproduzem discursos de fontes confiando fielmente em suas declarações, o jornalista é um trabalhador capaz de ser facilmente manipulado por um entrevistado de acordo com o interesse próprio. Sendo também incapaz de duvidar, um ingênuo que acredita na veracidade da fala de algumas personalidades.

Os repórteres e fotógrafos representados em *Chicago* são profissionais ávidos pela informação, que procuram de qualquer forma cumprir seu trabalho, sempre em busca da construção de boas notícias. O jornalista de *Chicago* não mede esforços para conseguir uma notícia, sendo até mesmo agredido exercendo sua profissão - assim como muitos repórteres e, principalmente, fotógrafos sofrem agressões no mundo real.

Considerações Finais

Chicago e *O Grande Milagre* destacam em suas tramas a capacidade dos meios de comunicação de massa em influenciar a formação de opinião pública. Para tanto, o primeiro exhibe o interesse das pessoas em plantar informações nos noticiários visando o proveito próprio. Já o segundo, sublinha o modo como a sociedade responde aos jornais, pautando suas conversas e interesses através do que é veiculado pelos jornalistas, tal como propõe a teoria do agendamento.

Não foi nossa intenção com este trabalho apresentar totalitariamente os resultados dos projetos de iniciação científica mencionados como motivadores para a produção do presente trabalho. Consideramos impossível a missão de resumir mais de 150 páginas de discussões em um artigo. Apenas destacamos aspectos entendidos como importantes para exemplificar a forma com que filmes sobre a prática jornalística podem ser pautados por perspectivas teóricas acerca do jornalismo, fomentar discussões acadêmicas e estereotipar os jornalistas, produzindo uma imagem irredutível dos profissionais. Mais do que isso, buscamos intermediar um diálogo entre objetos de estudo e realidade.

Os estereótipos construídos sobre a figura do jornalista em *Chicago* e *O Grande Milagre*, entendidos como representações sociais, não devem ser tomados como generalizações aplicadas no cotidiano. Porém, estes traços da figura do profissional do jornalismo são passíveis de serem encontrados em perfis do mundo real.

Como dissemos, ambos os filmes são baseados em fatos reais. Algo que pode auxiliar a construção de uma representação verossímil da prática jornalística. Os dois recortes da realidade revelam o processo de construção das notícias e o trabalho dos jornalistas, de modo similar a um documentário dos bastidores do jornalismo, como diz Berger (2002). Desta forma, as duas obras se caracterizam como retratos das teorias acerca da comunicação e como motivadoras de debates sobre a prática jornalística. Sendo passíveis de utilização na academia como um recurso didático complementar às aulas teóricas sobre o ofício jornalístico e o processo comunicacional.

Referências

AMBRÓSIO, Milanna Carvalho; GAVIRATI, Vitor Franco; SIQUEIRA, Graciene Silva de. **Cinema e Jornalismo: Uma Análise da Representação da Prática Jornalística em Filmes**. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 13, 2014, Belém, PA. Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte. Belém: Intercom, 2014.

BERGER, Christa (Org.). **Jornalismo no Cinema**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

BORGES, M^a Paula de Almeida. **Professores: imagens e auto-imagens**. Lisboa, 2007. Universidade de Lisboa. Faculdade de Ciências. Departamento de Educação.

CONGRESSO EXTRAORDINÁRIO DOS JORNALISTAS. 2007, Vitória. **Código de Ética dos Jornalistas**.

ERBOLATO, Mario L. Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário. 5ª. ed. São Paulo: Ática, 2008.

FRANÇA, André Ramos. **Das teorias do cinema à análise fílmica**. 2002. 157f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teoria da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. 11ªed. Rio de Janeiro: Vozes. 2011.

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008.

KRAETZIG, Nathale Cadaval. **A Representação do Jornalista na Série Lois & Clark – As Novas Aventuras do Superman**. Monografia de Conclusão do Curso de Jornalismo. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2012.

OLIVEIRA, Fátima O. de; WERBA, Graziela C. **Representações sociais**. In: JACQUES, M. C. Psicologia social contemporânea. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. p. 104-117.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. Rio de Janeiro: Contexto, 2012.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes. 2010.

ROSA, Rachel Bezerra Abrantes. **O personagem jornalista na visão cinematográfica da década de 90**. Brasília, 2006. 46p. Monografia (Bacharelado em jornalismo) Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2006.

ROSE, Tom. **O grande milagre**. São Paulo: Prumo, 2012.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SENRA, Stella. **O Último Jornalista: imagens de cinema**. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

TRAVANCAS, Isabel. **Jornalista como personagem de cinema**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2TRAVANCAS.pdf>>. Acesso em 09 de junho de 2014, às 22h30.

FILMES

BIG Miracle (O Grande Milagre). Ken Kwapis. EUA: Universal Pictures, 2012. 1h47. DVD

CHICAGO. Rob Marshall. EUA: Miramax, 2003. 1h53. DVD